

Juventude conectada 2



Juventude conectada 2

Idealização e coordenação
Fundação Telefônica Vivo

Americo Mattar – Diretor Presidente da Fundação Telefônica Vivo
Luis Guggenberger – Gerente de Inovação Social e Voluntariado da Fundação Telefônica Vivo
Luciana Scuarcialupi Cascardo – Consultora de Inovação Social da Fundação Telefônica Vivo

Realização (aplicação da pesquisa, resultados e análise)

Instituto Paulo Montenegro
Ana Lucia Lima – Diretora Executiva
Marisa de Castro Villi – Coordenadora de Projetos
Rodrigo Fernandes Cardozo – Assessor de Projetos
Felipe Pragmacio Travassos Telles – Assessor de Projetos

Realização (aplicação da pesquisa, resultados e análise)

Ibope Inteligência
Inês Siloto – Diretora de Atendimento e Planejamento
Fernanda Aguiar – Gerente de Atendimento e Planejamento
Priscila Ratnieks – Analista Sênior de Atendimento e Planejamento
Natália Martins – Estagiária
Flavia Toledo – Coordenadora de pesquisa qualitativa
Fabio Keinert – Moderador de pesquisa qualitativa
Adauto Leva – Moderador de pesquisa qualitativa

Consultoria (acompanhamento da pesquisa e análise dos eixos temáticos)

Comportamento

Camila Hessel – jornalista, analista de inovações de formatação e distribuição de conteúdo em novas mídias

Educação

Luciano Meira – professor de psicologia da Universidade Federal de Pernambuco, coordenador de ciência e inovação da Joy Street

Ativismo

Rita Alves Oliveira – professora do Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais e do Departamento de Antropologia da PUC-SP

Empreendedorismo

Marcelo Nakagawa – professor de empreendedorismo e inovação do Insper, diretor de Empreendedorismo da FIAP

Publicação

Texto e edição – Camila Hessel
Projeto gráfico – Prova 3 - Ana Paula Mathias

KF Comunicação

Coordenação – João El Helou
Direção de Arte – Marina Kikuchi
Revisão – Fabiana Aidar

CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO

J98

Juventude Conectada 2 / [idealização e coordenação] Fundação Telefônica Vivo. - 1. ed. - São Paulo : Fundação Telefônica Vivo, 2016. 247 p. : 22 cm

Inclui bibliografia
ISBN 978-85-60195-40-4

1. Jovens - Educação. 2. Internet na educação. 3. Tecnologia e juventude. 4. Estudantes - Brasil - Atividades políticas. I. Fundação Telefônica Vivo.

CDD 370.8

0011/2016

CDU 37:62

Biblioteca - Eliane Lemos - CRB:5866

Juventude conectada 2

1	As etapas do estudo	9	9	O jovem brasileiro quer empreender!	149
2	Jovens conectados	13	10	Empreendedorismo - Dados da pesquisa	173
3	O mundo na palma da mão	40	11	PerguntAção	189
4	Comportamento - Dados da pesquisa	51	12	Especialistas entrevistados	217
5	Uma pedagogia de bits para a juventude conectada	87	13	Referências	221
6	Educação - Dados da pesquisa	99	14	Anexo - Questionário	225
7	Ativismo e participação social dos jovens conectados	119	15	Anexo - Critério de conexão	245
8	Ativismo - Dados da pesquisa	131			

Prefácio

A Fundação Telefônica Vivo imagina um mundo de novas possibilidades na educação, transformando cada uma delas em oportunidades para mais e mais pessoas.

Usamos a conexão para promover a multiplicação de experiências e a disseminação exponencial do conhecimento. Estimulamos a autonomia, a cidadania, o protagonismo e o empreendedorismo criativo, fazendo isso não só por meio de ideias colocadas em prática, mas movidos por um sentimento voluntário, colaborativo e apaixonado.

Este é o conceito de Inovação Educativa que aplicamos em nosso dia a dia. É o nosso jeito de fazer, nossa missão e razão de existir. E, para atuarmos de acordo com esse conceito, antes de mais nada é preciso conhecer. Por isso investimos em estudos que promovam reflexões e apontem tendências sobre o nosso tempo.

É dentro deste contexto que lançamos a segunda edição da pesquisa Juventude Conectada, idealizada pela Fundação Telefônica Vivo e realizada em parceria com o Ibope Inteligência e com o Instituto Paulo Montenegro.

Fizemos uma imersão no mundo dos jovens, entrevistando 1.440 pessoas por todo o território nacional em 2015. Realizamos grupos de discussão em profundidade em cinco capitais e entrevistamos 10 especialistas, captando reflexões e tendências. A pesquisa teve como base os mesmos quatro eixos de investigação da edição passada: comportamento, educação, ativismo e empreendedorismo refletidos, ainda, em artigos autorais dedicados a esses temas.

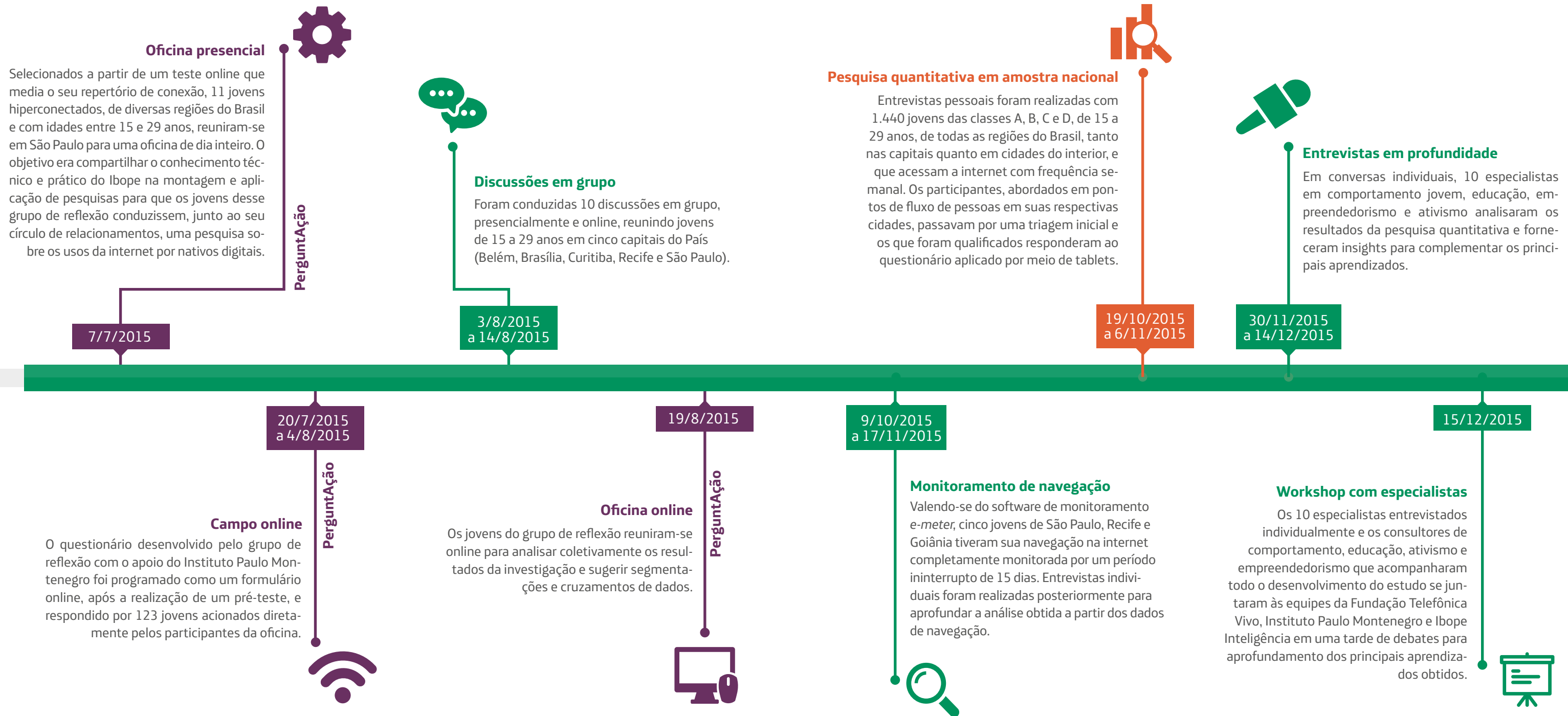
Por meio da metodologia de PerguntAção, nesta edição apresentamos adicionalmente um estudo com os “hiperconectados”, jovens com alta frequência de navegação, que trouxeram contribuições relevantes para a pesquisa.

Este imenso e rigoroso trabalho traz descobertas importantes sobre o comportamento, pensamentos e desejos da juventude conectada brasileira em relação às transformações que a vida digital tem provocado em seu cotidiano. Esperamos que a publicação inspire novas discussões e questionamentos que provoquem uma transformação positiva em nossa sociedade.

As etapas do estudo

Para mapear comportamentos, opiniões e perfis de uso da internet pelo jovem brasileiro, o estudo Juventude Conectada combinou múltiplas metodologias de investigação, aplicando-as em etapas quantitativas e qualitativas, ao longo do segundo semestre de 2015.

As etapas do estudo



Jovens conectados

Ao combinar múltiplas abordagens, o estudo Juventude Conectada tinha como objetivo prover uma projeção estatística dos resultados obtidos na etapa quantitativa, com as discussões em grupo, realizadas para ajudar a identificar traços culturais, diferenças regionais e sociais relevantes para o retrato dos usos que os jovens brasileiros fazem da internet.

Etapa quantitativa

Pesquisa em amostra nacional



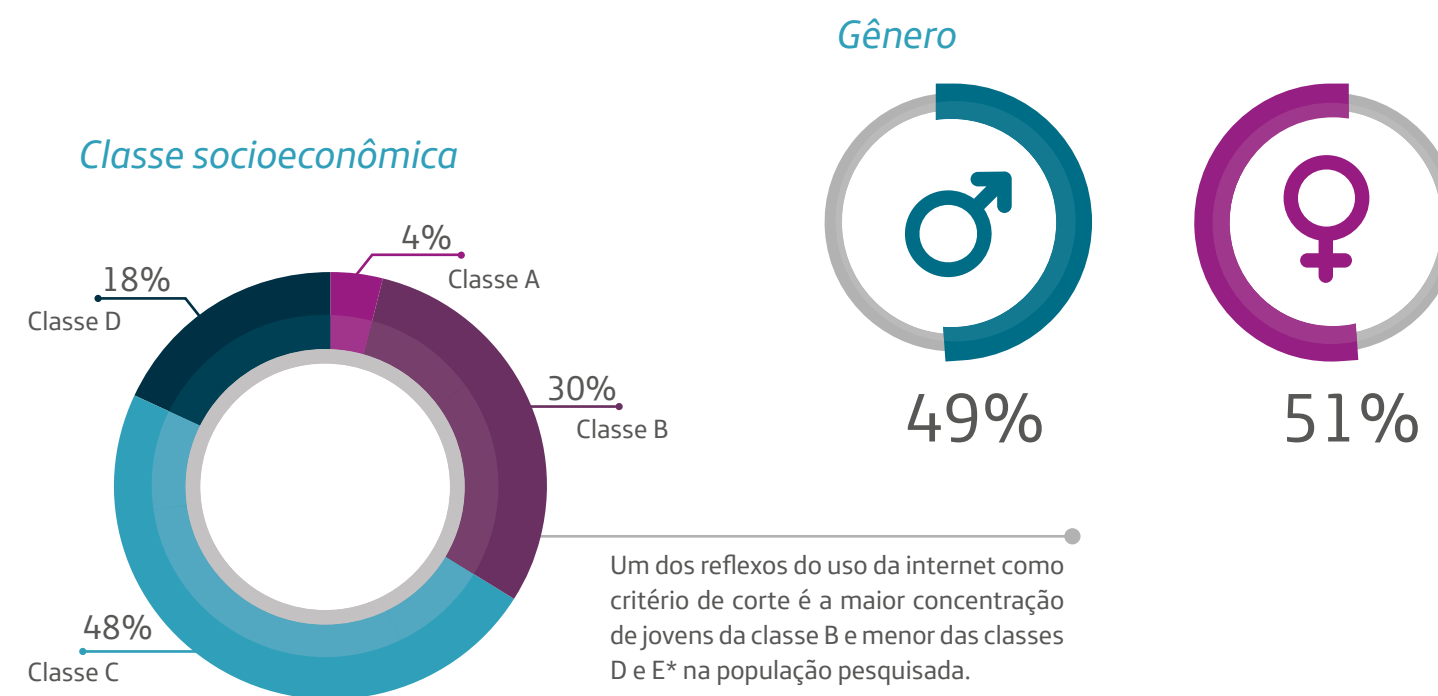
O número de entrevistados por região

A amostra foi dividida em cotas proporcionais. As capitais incluem os municípios de suas regiões metropolitanas. O interior é representado pelas cidades de grande porte em cada estado.

Região	Capital	Interior
Norte	130	70
Nordeste	110	85
Centro-Oeste	110	90
Sudeste	335	310
Sul	70	130
Total	755	685

1.440

Quem são, onde estudam, quantos anos têm?



* Na população brasileira de forma geral: classe B (23%), classes D e E (27%)

Faixa etária

Uma mudança relevante nesta segunda edição do estudo foi a faixa etária da amostra pesquisada. A idade limite, que em 2013 era de 24 anos, foi estendida para até 29 anos e a inicial, originalmente de 16, passou para 15 anos. Assim, o critério passa a coincidir com o estabelecido pelo Estatuto da Juventude. A mudança também reflete um dos aprendizados da etapa PerguntAção: o de que o próprio público-alvo do estudo entende como “jovens” os indivíduos entre 15 e 29 anos.

De forma geral, a mudança não teve impacto significativo sobre os resultados. Exceto por um aumento na proporção de jovens que apenas trabalham e de jovens com ensino superior completo, detalhadas a seguir.

Faixa etária	2013	2015
15 anos	-	7%
16 -19 anos	51%	29%
20 - 24 anos	49%	32%
25 - 29 anos	-	32%
Média	20 anos	22 anos

Ocupação*

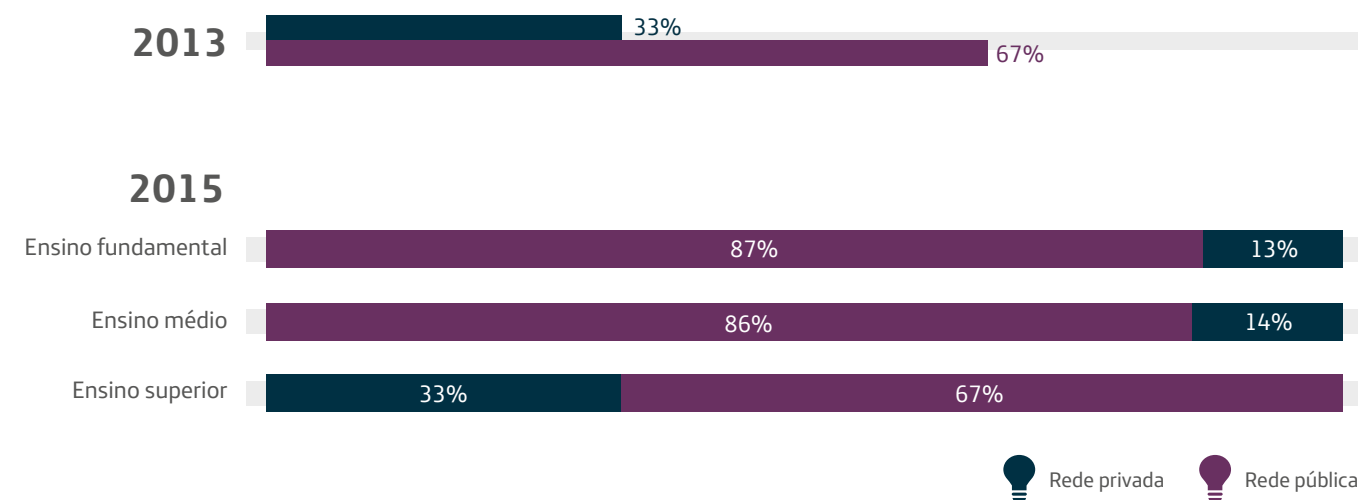
Ocupação	2013	2015	População brasileira (15-29 anos)*
Apenas estuda	33%	25%	23%
Estuda e trabalha	31%	23%	13%
Apenas trabalha	25%	36%	44%
Nem estuda nem trabalha	11%	15%	20%
* PNAD 2014			

Escolaridade*

Escolaridade	2013	2015
Sabe ler	1%	2%
Ensino fundamental	14%	18%
Ensino médio	61%	53%
Superior incompleto	21%	14%
Superior completo	3%	14%

Instituição de ensino

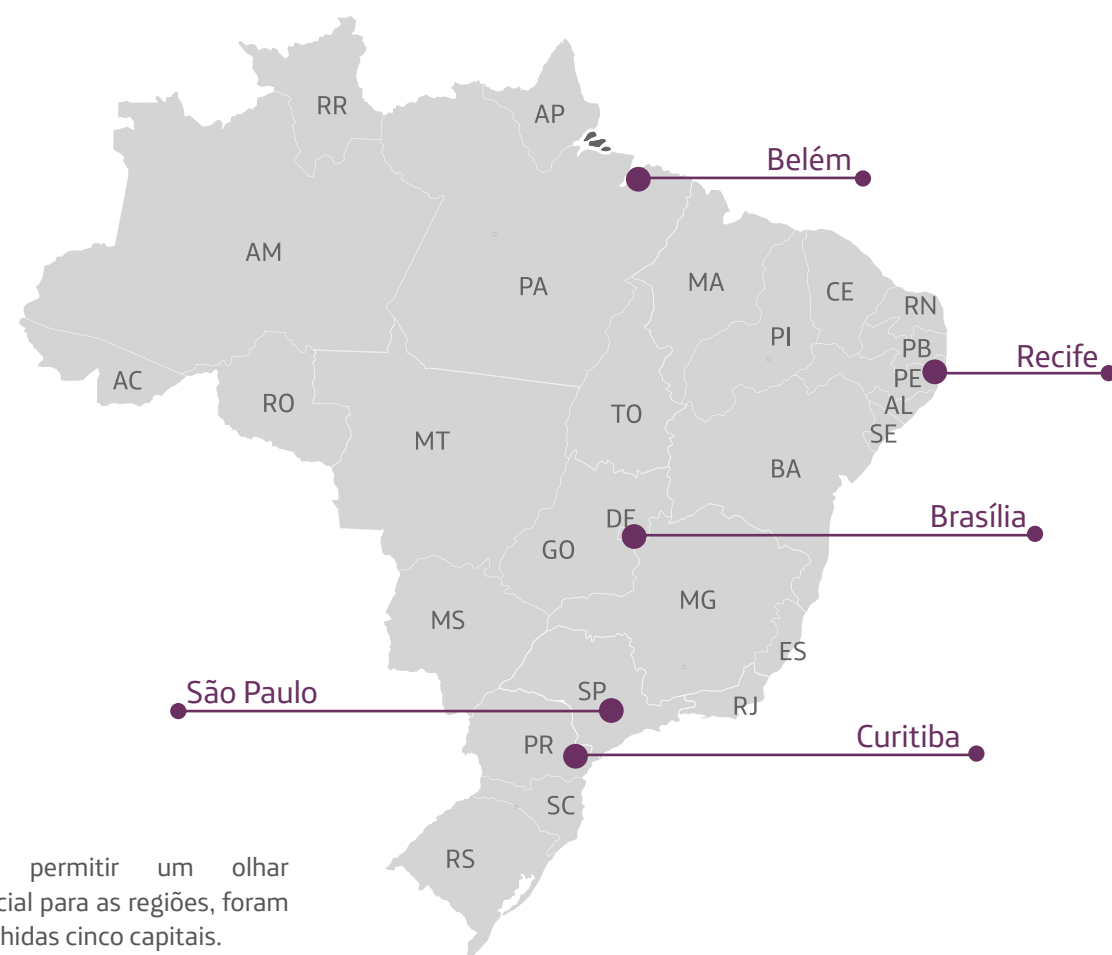
Tanto em 2013 quanto em 2015, as escolas públicas predominaram. No entanto, como se pode verificar a seguir, a proporção entre instituições públicas e privadas se inverte no ensino superior para os jovens entrevistados nesta segunda edição.



Etapa qualitativa

Discussões em grupo

- ✓ Jovens de 15 a 29 anos
- ✓ Classes A, B, C e D
- ✓ Estudantes e universitários recém-formados



Para permitir um olhar especial para as regiões, foram escolhidas cinco capitais.

Encontro online - Jovens das classes A e B

Região: capital	Faixa etária
Norte: Belém	20 - 24 anos
Nordeste: Recife	
Centro-Oeste: Brasília	16 - 19 anos
Sudeste: São Paulo	
Sul: Curitiba	20 - 24 anos

Encontro online - Jovens das classes C e D

Região: capital	Faixa etária
Norte: Belém	
Nordeste: Recife	16 - 19 anos
Centro-Oeste: Brasília	
Sudeste: São Paulo	
Sul: Curitiba	20 - 24 anos

Perfil de acesso à internet

Formas e faces do acesso: como e para que os jovens usam a internet?

No grupo de discussão feito em Belém, destacou-se a preocupação dos que têm entre 16 e 19 anos com os efeitos da internet – e sobretudo das redes sociais – sobre a **convivência escolar** e a **segurança**. Muitos declararam que as redes sociais são um frequente ponto de origem de desavenças e um instrumento de bullying.

Já nos grupos realizados em Recife, em que a amostra reunia apenas entrevistados a um passo da vida adulta (estudantes de ensino médio e pré-vestibular, que ainda vivem com suas famílias), o foco das atividades conectadas ainda é o da **convivência com os amigos** da mesma faixa etária.

Em Brasília, onde também só foram ouvidos jovens entre 16 e 19 anos, chama a atenção o grau de engajamento. Eles se mostram mais antenados e **mais conscientes de seu papel cidadão** do que os entrevistados da mesma faixa etária em outras capitais.

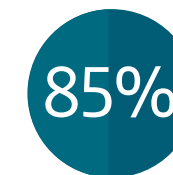
Distribuídos nas duas classes de faixa etária, os participantes dos grupos realizados em São Paulo apresentaram focos que refletiam seus **diversos momentos de vida**, destacando-se entre os mais jovens uma **menor preocupação com questões sociais** e engajamento em manifestações.

Por fim, os jovens dos grupos de Curitiba, concentrados apenas na faixa dos 20 aos 24 anos, por conviverem em um ambiente mais adulto (são **todos universitários e vestibulandos**), demonstraram grande **preocupação com o futuro e com questões coletivas e urbanas**, com as quais alguns deles disseram ser envolver ativamente, inclusive.

Equipamentos



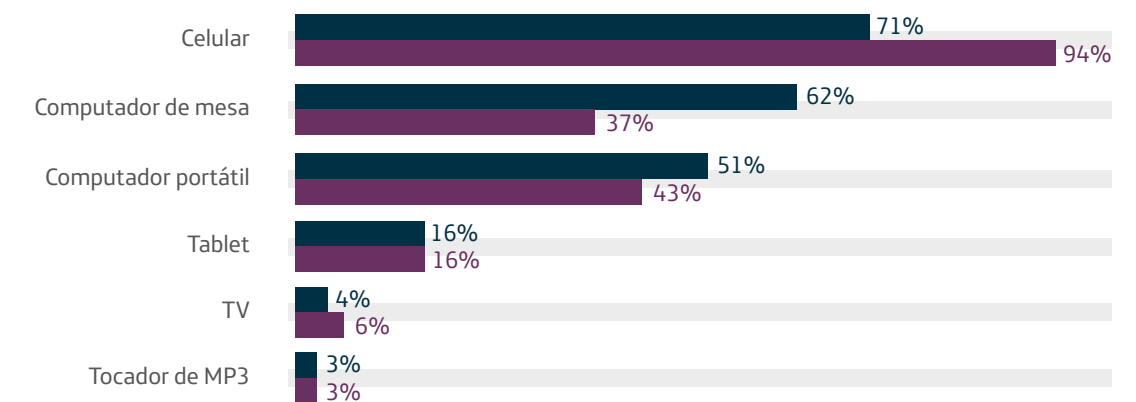
O celular, que na primeira edição era apontado como o equipamento preferencial de acesso à internet por 42% dos entrevistados, rouba definitivamente a cena e desponta como protagonista isolado: em 2015, é o dispositivo mais usado por 85% dos jovens. E essa liderança absoluta tem impacto direto e profundo no modo geral de uso da internet.



dos entrevistados usam o celular como principal dispositivo de acesso à internet. Esse índice representa um crescimento de 102% em relação à primeira edição do estudo, realizada em 2013.

Leia uma análise aprofundada dos impactos do uso do celular no artigo sobre comportamento na pág. 40.

Costuma acessar



2013 2015

Usa com maior frequência*

Dispositivo	2013	2015	Posse de equipamentos - Brasil*
Celular	42%	85%	92%
Computador de mesa	33%	7%	28%
Computador portátil	22%	6%	30%
Tablet	3%	1%	17%

* TIC Domicílios 2014

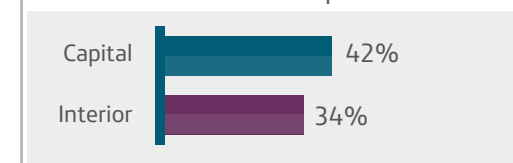
Pode-se afirmar que a preferência pelo celular é um comportamento típico do jovem. Segundo a pesquisa TIC Domicílios, apenas 31% da população brasileira como um todo afirma acessar a internet a partir do dispositivo.

Peculiaridades regionais

O celular é o equipamento de acesso à internet por excelência em todas as cinco regiões do País, sem exceções. No entanto, quando avaliados os outros dispositivos, algumas diferenças se destacam:

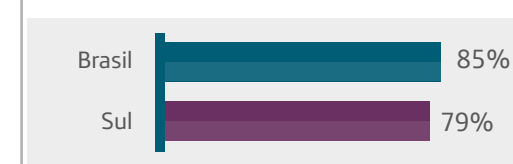
Região Sudeste

Diferença significativa de **uso dos computadores de mesa** entre a capital e o interior



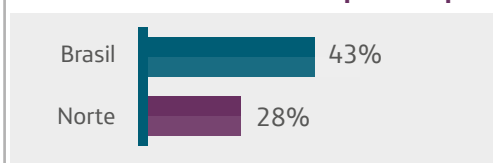
Região Sul

Menor índice de **acessos via celular**



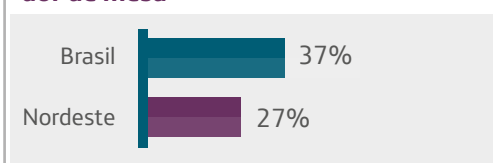
Região Norte

Menor índice de **uso do computador portátil**



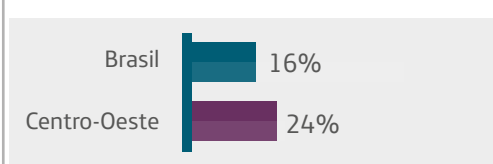
Região Nordeste

Menor índice de **utilização do computador de mesa**



Região Centro-Oeste

Tem o **mais alto** índice de **uso de tablets**



Forma de acesso



Mesmo com a ascensão meteórica do celular, o acesso doméstico, realizado na residência do jovem, ainda é predominante: **49% dos jovens afirmam utilizar a rede wi-fi de suas casas mais de uma vez por dia**. Quando se observa a frequência média de uso, ela é de 5,1 dias por semana.

Isso se deve, em parte, às limitações dos pacotes de dados dos smartphones (3G/4G), que são apontados como a segunda forma de conexão mais utilizada: 45% dos jovens dizem usar os planos de acesso à internet de seus celulares mais de uma vez por dia. Quando se observa a frequência média de uso, ela é de 4,7 dias por semana.



Wi-fi próprio (em casa)



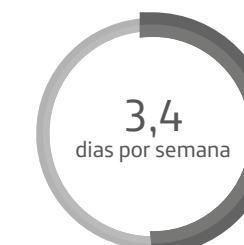
Pacote de dados/ Smartphone 3G/4G



Wi-fi locais públicos



Conexão fixa/a cabo



Modem 3G/4G

Para ir mais longe, conectado:

- Acesse os dados completos da pesquisa TIC Domicílios, que mapeia o acesso à infraestrutura de tecnologias da comunicação nas residências brasileiras e é atualizada anualmente pelo Cetic: <http://www.cetic.br/pesquisa/domicilios/indicadores>

Atividades realizadas



Apenas 18% dos jovens usam a internet para atividades que não sejam de entretenimento ou busca de informações.

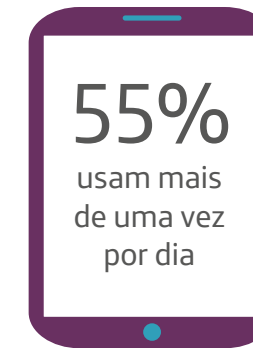
A comunicação interpessoal segue como a atividade online preferida pela ampla maioria dos jovens brasileiros. As redes sociais e os aplicativos de mensagens instantâneas figuram no topo dos conteúdos mais acessados, em todas as regiões do País.

Quando comparados os resultados da primeira e da segunda edição do estudo, é notável o **crescimento dos aplicativos de conversa**, em especial do **WhatsApp**: de 2013 para 2015 sua utilização saltou **de 86% para 99%** dos jovens entrevistados. Essa expansão é estimulada, em grande parte, pelo uso do celular como principal dispositivo de acesso. Mas também é impulsionada por uma **percepção de maior privacidade** em relação às redes sociais.

Como os grupos de WhatsApp são de participação restrita, os jovens declaram que se sentem **mais à vontade para emitir opiniões** e compartilhar conteúdos por meio dessa ferramenta do que no Facebook ou em outra rede social, em que o controle sobre quem pode acessar esses conteúdos é menor.

Assim, outro efeito direto do crescimento do WhatsApp é uma **redução no uso** de outras ferramentas de comunicação interpessoal, principalmente do **email** (cujo acesso pelos jovens caiu de 96% em 2013 para 88% em 2015) e também de redes sociais (que registraram queda de 99% em 2013 para 95% em 2015).

	Utiliza		Frequência de uso (média dias/semana)	
	Edição I	Edição II	Edição I	Edição II
Comunicação de modo geral	100%	100%	3,7	3,4
Conversa por meio de mensagens instantâneas	86%	99% ▲	4,9	6,1 ▲
Acessa ao menos uma conta em redes sociais	99%	95%	5,9	5,4
Verifica seu email	96%	88% ▼	4,7	3,9
Cria/atualiza blogs e páginas da internet	49%	38% ▼	1,8	1,1
Participa de fóruns e discussões	41%	27% ▼	1,2	0,7
Índice de multiplicidade:	3,7	3,4		



+ Atividades mais praticadas

- Conversas por mensagens instantâneas
- Acesso a redes sociais
- Troca de emails

- Atividades menos praticadas

- Participar de fóruns de discussão
- Criar ou atualizar websites e blogs

Apesar da queda na utilização, o **Facebook segue como a rede social mais acessada pelos jovens, ocupando o segundo lugar do ranking, logo atrás do WhatsApp**. Uma ampla maioria dos entrevistados concorda que o WhatsApp os leva a acessar menos as outras redes sociais: o índice de concordância é de 7,3 (leia mais a respeito na pág. 61).

Uma análise das declarações sobre as mudanças mais recentes dos hábitos de navegação e acesso às redes sociais pelos participantes dos grupos de discussão indica um possível distanciamento dos conteúdos mais densos, na mesma medida em que se amplia o uso de ferramentas e aplicativos à base de voz, imagem e vídeo (em detrimento dos baseados em texto).

“Ninguém mais está usando Facebook. Nem Twitter estão usando. Acho que o Facebook daqui a pouco vai acabar. Tudo vai para o WhatsApp.”



(São Paulo, 20-24 anos, classes C e D)

	Dispositivo		Prefere fazer online
	Computador	Celular	
Comunicação de modo geral	27%	83%	68%
Conversa por meio de mensagens instantâneas	7%	93%	--
Acessa ao menos uma conta em redes sociais	12%	88%	--
Verifica seu email	29%	71%	--
Cria/atualiza blogs e páginas da internet	34%	66%	--
Participa de fóruns e discussões	44%	56%	--

Redes em ascensão

WhatsApp



- Ferramenta ganhou status de rede social, devido especialmente aos grupos de mensagem.
- É hoje a principal forma de comunicação via celular.
- É também alvo de controvérsia: muitos jovens afirmam que sua capacidade de aproximar as pessoas é tão grande quanto a de distanciar.

“Eu me privo de usar WhatsApp, nem entro em tantos grupos, senão afasta quem está perto.”

(São Paulo, 16-19 anos, classes A e B)

“Se distancia de quem está perto e se aproxima de quem está longe.”

(Recife, 16-19 anos, classes C e D)

YouTube



- Aparenta ser o principal destino dos jovens que deixaram de ler blogs, trocando o texto pelo vídeo.
- Seus canais mais acessados falam de moda, maquiagem, vídeos engraçados, mensagens motivacionais, vídeo-aulas, dicas e instruções sobre todo tipo de assunto.



Snapchat



- Principal novidade e sucesso mais recente entre os apps.
- No exterior, foi inicialmente muito utilizado para envio de vídeos íntimos que não podem ser salvos e desaparecem rapidamente.
- No Brasil esse foco de utilização ainda não aparece.



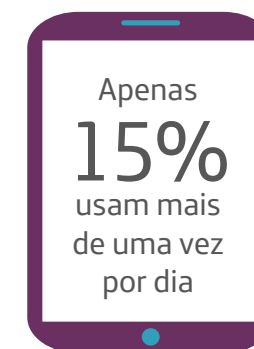
Informações e serviços de modo geral

Outro reflexo do crescimento no uso do celular como principal dispositivo de conexão é uma **queda generalizada no acesso às ferramentas de busca, pesquisa de preços de produtos e serviços e até mesmo de serviços de localização**. Essa redução se verifica tanto no percentual de jovens que acessa esse tipo de conteúdo quanto na frequência de acesso. De 2013 para 2015, a parcela de jovens que faz pesquisas sobre informações em geral **caiu de 96% para 90%** e a média de dias por semana em que essas pesquisas foram realizadas caiu de 4,3 para 3,7 dias.

Nesse cenário de redução de uso, a única exceção entre as atividades relacionadas à busca de informações e serviços foi o **e-commerce: a proporção de jovens que utiliza a internet para fazer compras se manteve estável, em 46%**, embora também se tenha verificado uma **queda de frequência** na realização dessas compras (em 2013 a média era de quase **uma vez por semana** e, em 2015, essa média caiu para menos de **duas vezes por mês**).

	Utiliza		Frequência de uso (média dias/semana)	
	Edição I	Edição II	Edição I	Edição II
Informações e serviços de modo geral	99%	97%	2,3	1,8
Faz pesquisas sobre informações em geral	96%	90%	4,3	3,7
Utiliza serviços de localização		76%	2,3	1,9
Pesquisa de preço de produtos e serviços	80%	75% ▼	2,4	1,8 ▼
Acompanha blogs (jogos, moda etc.)	66%	53% ▼	2,3	1,7
Compra pela internet produtos e serviços	46%	46%	0,8	0,4
Utiliza serviços online (internet banking etc.)	49%	43%	1,8	1,2
Índice de multiplicidade:	2,9	2,7		

Informações e serviços de modo geral



+ Atividades mais praticadas

- Pesquisas sobre informações em geral
- Uso de serviços de localização
- Pesquisa de preços de produtos e serviços

- Atividades menos praticadas

- Compras
- Uso de serviços como, por exemplo, internet banking

“Só acesso blogs quando clico em um link ou página no Facebook: algumas notícias já te levam diretamente para um blog.”



(Belém, 16-19 anos, classes C e D)

	Dispositivo		Prefere fazer online
	Computador	Celular	
Informações e serviços de modo geral	31%	69%	41%
Faz pesquisas sobre informações em geral	35%	65%	68%
Utiliza serviços de localização	13%	87%	43%
Pesquisa de preço de produtos e serviços	47%	53%	--
Acompanha blogs (jogos, moda etc.)	32%	68%	--
Compra pela internet produtos e serviços	36%	64%	26%
Utiliza serviços online (internet banking etc.)	22%	78%	27%

Atividades de lazer de modo geral

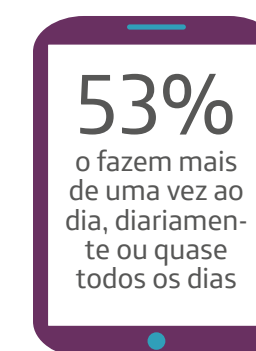
As atividades de **lazer e entretenimento** formam o **segundo grupo de atividades mais popular** entre os jovens entrevistados. Assim como na primeira edição, os participantes desta segunda rodada do Juventude Conectada gostam principalmente de **assistir a filmes, séries e programas de TV online, além de ouvir música e fazer download** de conteúdos diversos. A maioria dos jovens conectados brasileiros (53%) declarou praticar essas ações mais de uma vez ao dia, diariamente ou quase todos os dias.

Apesar dos altos índices de preferência, essas atividades também registraram **quedas tanto de proporção quanto de frequência** devido, mais uma vez, à ascensão do celular como principal dispositivo. Entre as quedas mais acentuadas estão **acesso a sites de notícias e de revistas e o download de softwares e programas**. Embora a maioria (69%) declare preferir ler revistas online, o acesso aos sites caiu de 45% em 2013 para 30% em 2015. Para os sites de notícias essa redução foi de 83% em 2013 para 70% em 2015.

Outra **queda pronunciada** se deu em relação a uma atividade bastante cara aos jovens desta geração: os **games e jogos eletrônicos**. A proporção dos entrevistados que afirma jogar online caiu de **66% em 2013 para 60% em 2015** e a frequência passou de 2,6 dias por semana, em média, para 2,2. Vale notar que essa é uma das atividades que apresenta a maior diferença quando a amostra é segmentada por gênero: enquanto 73% dos meninos afirmam jogar online, entre as meninas esse percentual é de apenas 47%.

	Utiliza		Frequência de uso (média dias/semana)	
	Edição I	Edição II	Edição I	Edição II
Atividades de lazer de modo geral	100%	100%	2,6	2,0
Assiste a filmes, séries, TV, ouve música	96%	87%	3,8	3,4
Baixa conteúdo da internet	92%	87%	3,6	2,9
Cria/posta conteúdo digital	81%	77%	3,2	2,6
Acessa sites de notícias	83%	70% ▼	3,2	2,4
Joga games/jogos eletrônicos	66%	60%	2,6	2,2
Baixa e instala softwares/programas	68%	45% ▼	1,9	0,9 ▼
Lê livros digitais	45%	36%	1,3	0,9
Acessa site de revistas	45%	30% ▼	1,3	0,8
Índice de multiplicidade:	5,7	4,9		

Atividades de lazer de modo geral



+ Atividades mais praticadas

- Assistir a filmes, séries e programas de TV/ouvir música
- Baixar conteúdos digitais (download)
- Postar músicas, vídeos e outros conteúdos digitais

- Atividades menos praticadas

- Ler livros digitais
- Acessar sites de revistas

	Dispositivo		Prefere fazer online
	Computador	Celular	
Atividades de lazer de modo geral	34%	66%	53%
Assiste a filmes, séries, TV, ouve música	48%	52%	62%
Baixa conteúdo da internet	40%	60%	55%
Cria/posta conteúdo digital	22%	78%	--
Acessa sites de notícias	34%	66%	64%
Joga games/jogos eletrônicos	29%	71%	42%
Baixa e instala softwares/programas	38%	62%	--
Lê livros digitais	32%	68%	33%
Acessa site de revistas	35%	65%	64%

Atividades de treinamento/educação

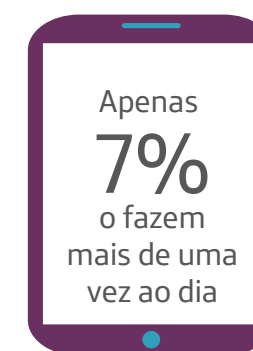
As atividades de educação, aprendizagem e treinamento foram as que registraram os **índices mais consideráveis de queda no uso das ferramentas online**, também impactado pelo novo perfil de acesso dos jovens internautas. Enquanto, em 2013, 86% dos jovens dizia usar a internet para pesquisas escolares, em 2015 esse percentual despencou para 59%.

Isso significa que **41% dos jovens brasileiros conectados dizem jamais utilizar a internet para realizar estudos e trabalhos para a escola ou a faculdade**. Apenas 25% dos entrevistados declaram fazer pesquisas escolares mais de uma vez ao dia, diariamente ou quase diariamente. Quando se trata de buscar informações sobre cursos, esse percentual é significativamente maior: 70% dos jovens utilizam a internet para esse fim. Apesar de alto, o índice caiu bastante em relação à primeira edição do estudo: em 2013, essa proporção era de 85%.

A partir dos grupos de discussão, foi possível inferir uma redução de entusiasmo dos jovens quanto à construção de uma carreira profissional bem remunerada e que traga conhecimento. Especialmente entre os jovens das classes C e D, o **ensino superior não é mais percebido como garantia de bons empregos na área de formação**, embora eles o reconheçam como uma etapa necessária. Curiosamente, esse conjunto de atividades é o que apresenta as menores proporções de acesso pelo celular, talvez devido à proibição de uso do aparelho na ampla maioria das escolas (confira detalhes na tabela abaixo).

	Utiliza		Frequência de uso (média dias/semana)	
	Edição I	Edição II	Edição I	Edição II
Atividades de treinamento/educação	100%	88%	1,9	1,2
Pesquisa informações sobre cursos	85%	70% ▼	2,2	1,6 ▼
Pesquisa tópicos relacionados à capacitação profissional	--	63%	--	1,5
Procura/pesquisa na web para escola/faculdade	86%	59% ▼	2,9	1,7
Procura/pesquisa tutoriais para softwares	--	45%	--	1
Faz cursos à distância, cursos online	24%	23%	0,6	0,5
Índice de multiplicidade:	2,0	2,7		

Atividades de treinamento/educação



+ Atividades mais praticadas

- Pesquisa de informações sobre cursos
- Pesquisas sobre capacitação profissional

- Atividades menos praticadas

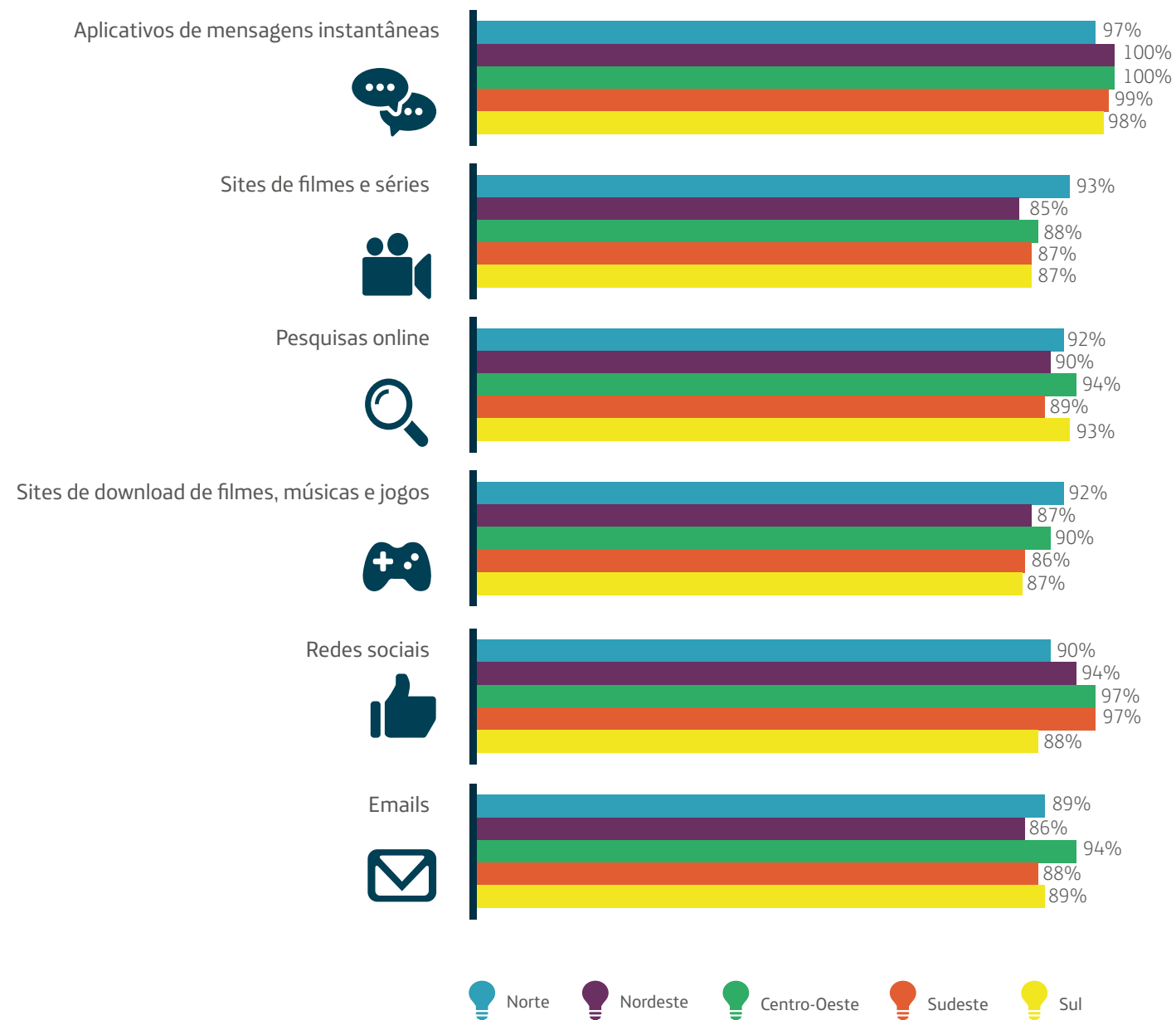
- Consulta a tutoriais de softwares
- Cursos online

Leia uma análise aprofundada sobre como a juventude conectada utiliza a internet para realizar atividades relacionadas à educação no artigo sobre o tema, a partir da pág. 87.

Atividades de treinamento/educação	Dispositivo		Prefere fazer online
	Computador	Celular	
Atividades de treinamento/educação	47%	53%	36%
Pesquisa informações sobre cursos	47%	53%	--
Pesquisa tópicos relacionados à capacitação profissional	50%	50%	--
Procura/pesquisa na web para escola/faculdade	48%	52%	45%
Procura/pesquisa tutoriais para softwares	49%	51%	--
Faz cursos à distância, cursos online	37%	63%	26%

Peculiaridades regionais

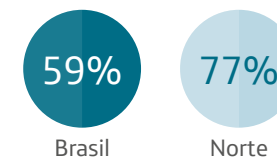
Embora apresentem características diferenciadas, as diferentes regiões do País se revelam homogêneas quanto ao tipo de conteúdo mais acessado pelos jovens – as ferramentas de comunicação e interação.



Região Norte



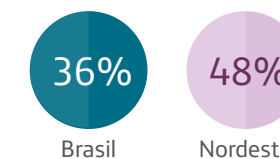
A região concentra o maior nível de **pesquisa sobre escolas e/ou faculdades**



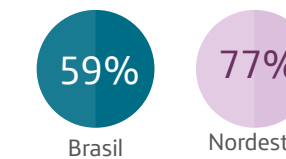
Região Nordeste



Tem o **maior** percentual de jovens que leem **livros digitais**



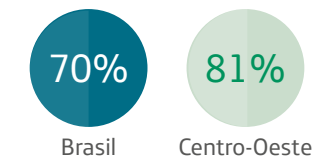
Concentra o **maior** percentual de jovens que pesquisam sobre **capacitação profissional**



Região Centro-Oeste



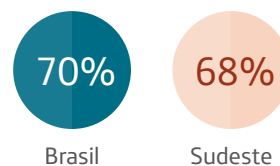
Apresenta o maior percentual de acesso a **sites de notícias**



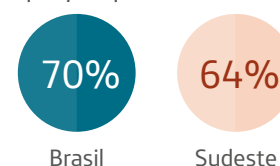
Região Sudeste



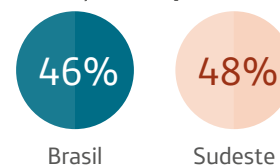
Apresenta o **menor** percentual de acesso a **sites de notícias**



Tem a menor proporção de jovens que pesquisa sobre **cursos**



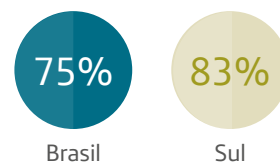
Concentra o **maior** percentual de jovens que **compram via internet**



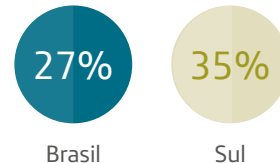
Região Sul



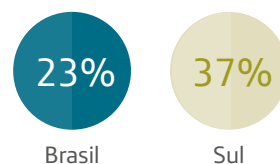
O **mais alto** percentual de jovens que pesquisam **preços pela internet**



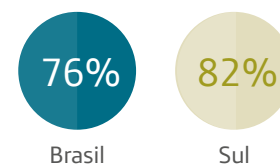
A **mais alta** utilização de **fóruns de discussão**



A **mais alta** utilização de **cursos à distância**



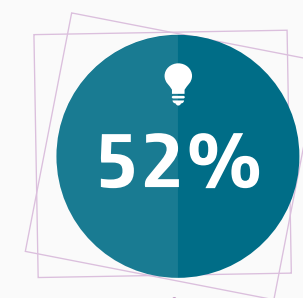
A **mais alta** utilização de **serviços de localização**



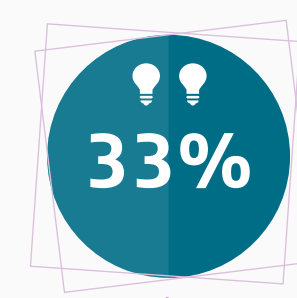
Perfis de navegação: exploradores iniciantes, intermediários e avançados

Na primeira edição do Juventude Conectada, realizada em 2013, foi criado um indicador para **permitir que o mapeamento do uso da internet pelos jovens brasileiros não ficasse restrito às características sociodemográficas tradicionais**. Com o objetivo de identificar perfis de navegação na população pesquisada, **o indicador baseia-se na frequência de uso da internet por cada entrevistado e em sua preferência por realizar atividades online ou offline**. Quanto maior a frequência de uso e a preferência por fazer as atividades de modo conectado, maior a soma de pontos.

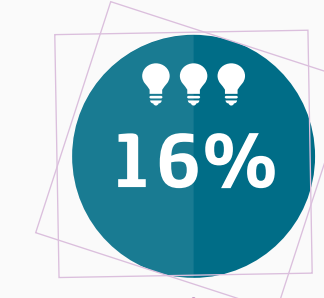
O resultado é a segmentação em três diferentes perfis, que refletem modos, intensidades e repertórios de uso da internet distintos: são os **exploradores iniciantes**, os **exploradores intermediários** e os **exploradores avançados**. Embora a distribuição desses três perfis nas amostras analisadas em 2013 e em 2015 seja muito similar, verificou-se nesta segunda edição do estudo um aumento significativo do percentual de exploradores avançados: de apenas 5% na primeira edição, saltou para 16%. A proporção de exploradores intermediários se manteve em 33% e a de exploradores iniciantes caiu de 62% em 2013 para 52% em 2015.*



Explorador iniciante



Explorador intermediário



Explorador avançado

*Devido aos arredondamentos do programa de planilhas, os números relativos a algumas dessas categorias podem variar de 98% a 102%.

À medida que o repertório de uso da internet se amplia, cresce também a preferência por fazer atividades de modo conectado.



Exploradores avançados

- Utilizam serviços de localização
- Pesquisam preços
- Acompanham blogs
- Fazem pesquisas para a escola ou faculdade
- Pesquisam informações sobre cursos
- Pesquisam sobre capacitação profissional
- Criam e atualizam blogs
- Buscam dicas de uso e acessam tutoriais para softwares
- Baixam e instalam programas
- Leem livros digitais
- Acessam sites de revistas
- Participam de fóruns de discussão
- Fazem cursos à distância
- Compram pela internet



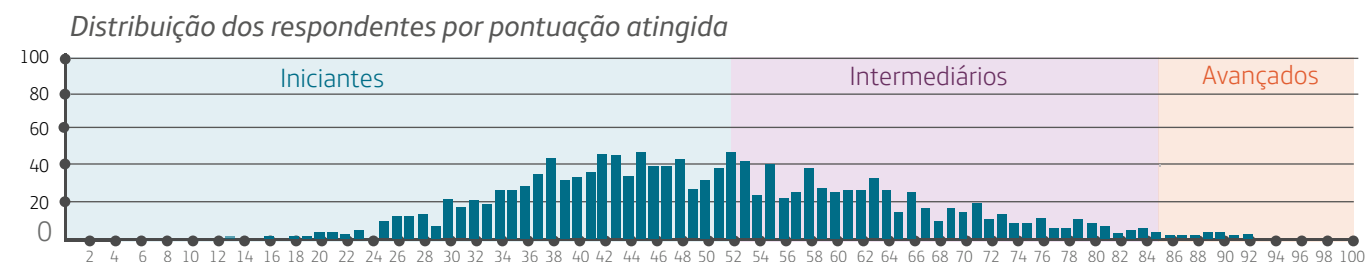
Exploradores intermediários

- Baixam conteúdos diversos
- Criam e/ou postam conteúdo digital
- Acessam sites de notícias
- Jogam games



Exploradores iniciantes

- Envia mensagens instantâneas
- Acessam redes sociais
- Acessam email
- Fazem pesquisas
- Assistem a filmes (YouTube, Vimeo, Netflix)



Exploradores iniciantes

0-50 pontos

- São meninas, predominantemente
- São mais jovens: têm até 19 anos
- Estão concentrados nas regiões Nordeste, Sudeste e Sul
- São das classes C e D, predominantemente
- Cursam o ensino fundamental ou médio
- Apenas trabalham
- Maior porcentual de quem nem estuda nem trabalha
- Estudaram principalmente em escolas públicas
- O principal dispositivo de acesso é o celular

Exploradores intermediários

50-75 pontos

- São meninas, predominantemente
- Estão em uma faixa etária também intermediária (20-24 anos)
- Estão concentrados nas regiões Centro-Oeste, Nordeste e Sul
- São, predominantemente, da classe B
- Cursam o ensino médio ou superior
- O principal dispositivo de acesso é o celular

Exploradores avançados

75-100 pontos

- São meninos, predominantemente
- Estão concentrados nas regiões Centro-Oeste e Sudeste
- São das classes A e B, predominantemente
- Cursam o ensino superior
- Além do celular, também acessam a internet via notebook com frequência

3

O mundo na palma da mão



Comportamento

Como os nativos digitais formam suas identidades em um mundo hiperconectado

Camila Hessel

Jornalista, pesquisa como a internet, as redes sociais e os smartphones vêm transformando a mídia tradicional, não apenas por expandir as possibilidades de novos formatos e meios de distribuição, mas também por permitir que qualquer pessoa passe a ser um produtor de conteúdo em potencial.

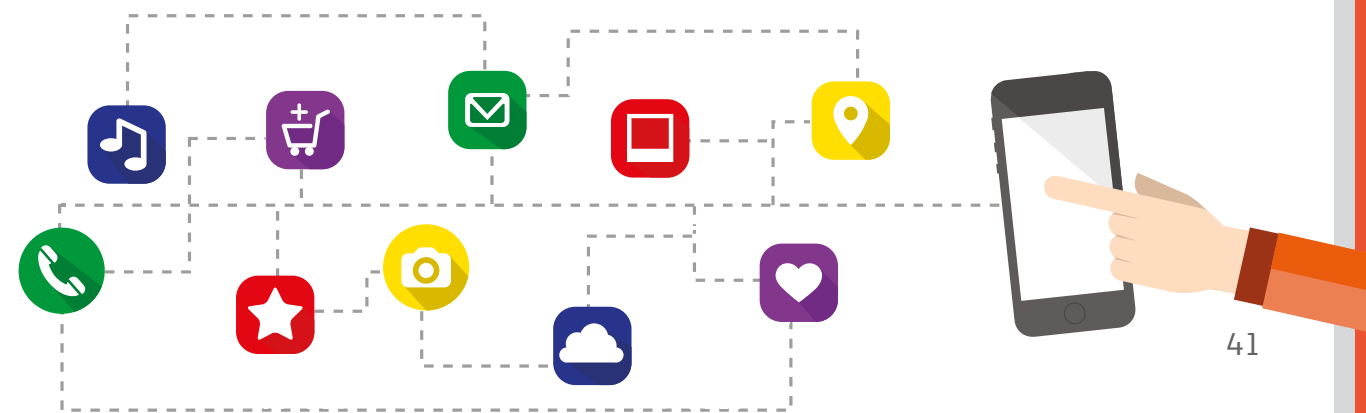
O mundo na palma da mão

Em 1501, o gráfico veneziano Aldus Manutius publicou uma tradução da obra do poeta Virgílio que revolucionou o mercado da palavra impressa. Sua grande inovação ficou conhecida como octavo: em uma folha de papel, ele imprimiu 16 páginas de texto, ou quatro vezes mais do que Gutenberg utilizou para rodar a Bíblia, que acomodava quatro páginas de texto em uma folha. O objetivo de Manutius ao “encolher” a publicação era fazer com que coubesse em um alforje. Essa mudança relativamente simples agregou portabilidade aos livros, tirando-os das grandes bibliotecas, reduzindo seu preço e ajudando a expandir o mercado de leitores.

A história de uma pequena inovação que impulsiona – e transforma – uma revolução maior e que já estava em curso surgiu como paralelo imediato quando o celular despontou, nesta segunda edição do estudo Juventude Conectada, como o principal meio de conexão à internet, desbancando tablets e notebooks. Quando questionados acerca dos equipamentos utilizados para acessar conteúdos online, 94% dos entrevistados afirmaram utilizar o celular (contra 71% dos participantes da primeira edição). Mas o grande salto foi identificado em relação à frequência de uso: 85% dos jovens ouvidos nesta segunda versão do estudo apontaram o celular como o equipamento mais utilizado – um percentual duas vezes maior do que o registrado em 2013, que era de apenas 42%.

Confira os dados completos nas págs. 21 e 22.

Assim como os clientes de Manutius puderam carregar seus livros consigo, os jovens de hoje passaram a levar a internet aonde quer que fossem, libertando-se dos computadores de mesa dos tempos da conexão discada e, mais recentemente, de tablets e notebooks que não podiam carregar no bolso o tempo todo. Criados como versões individuais (e portáteis) do velho telefone fixo, os aparelhos móveis foram incorporando aos poucos todas as tecnologias necessárias para se tornarem uma ferramenta única de conexão social. A convergência tecnológica levou para o mais tradicional dos aparatos de comunicação as muitas novas formas de contato criadas nas últimas duas décadas, além de uma ampla gama de fontes de entretenimento. Mensagens instantâneas, caixas de correio eletrônico, acesso a sites e portais, coleções de fotos e de música, videogames e redes sociais foram todos empacotados para caber no smartphone, ajudando a elevar exponencialmente o tempo de conexão e a concentrar o espectro de atividades realizadas de modo conectado naquelas que podem ser consideradas como “nativas” desse tipo de dispositivo, ou seja, as ligadas à comunicação e à interação.



Leia mais sobre a segmentação por perfil de uso na pág. 37 e confira os dados completos sobre hábitos de navegação mais frequentes nas págs. 24 a 36.

Refletindo o processo de consolidação do WhatsApp, a troca de mensagens instantâneas apresentou um aumento considerável entre as atividades que os jovens fazem quando conectados. Realizada por 99% dos entrevistados, sua frequência média em 2013 era de 4,9 dias por semana, passando, em 2015, para 6,1 dias por semana. Essa ampliação de uso colocou as conversas instantâneas como o tipo de conteúdo mais acessado pelos jovens, roubando o posto que antes pertencia às redes sociais. Em 2013, 86% dos jovens utilizavam ferramentas de mensagens e 99% acessavam redes sociais. Em 2015, esse indicador apresentou uma ligeira queda, com 95% dos jovens declarando acessar redes sociais e a frequência com que o fazem passando de 5,9 para 5,4 dias por semana. Esse comportamento predomina em todos os recortes da pesquisa, tanto pela ótica regional quanto pela de perfil de uso.

Um dos impactos diretos da predominância de acesso a partir do celular é a crescente diluição dos produtos culturais, em seu aspecto formal. Os percentuais de jovens que declaram acessar sites de revistas e jornais, ler livros digitais e até utilizar ferramentas de busca caíram em relação à primeira edição do estudo.

Em 2015, somente um terço dos entrevistados indicou acessar livros (36%) ou revistas digitais (30%), registrando uma queda significativa em relação aos 45% que disseram fazê-lo em 2013. A frequência, que já era baixa, caiu ainda mais, passando de, em média, 1,3 dias por semana para 0,8. No entanto, as evidências coletadas nas etapas qualitativas da pesquisa revelam que os jovens acessam esses conteúdos de forma não hierarquizada. Embora não façam o caminho padrão de acessar o site de uma revista e ali buscar uma reportagem, leem diversos artigos e matérias, compartilhados em suas redes sociais por amigos ou mesmo pelos perfis dos próprios veículos. Embora comprem poucos livros digitais, leem trechos ou capítulos disponíveis online.

Consulte os gráficos que mapeiam o uso da internet para atividades de lazer nas págs. 30 e 31.

Saiba mais sobre uma das etapas qualitativas da pesquisa, em que os próprios jovens conduziram uma investigação sobre hábitos de uso da internet entre seus pares na pág. 189.

Esses dados são reveladores de uma relação distinta da tradicionalmente construída com produtos culturais. Convertidos em arquivos para que possam ser acessados online, revistas, jornais, discos e livros são explorados pelos jovens como grandes bancos de dados, a partir dos quais selecionam o que (e em que ordem) desejam ler, ver e ouvir. Expandindo as vantagens das redes sociais, eles muitas vezes violam modelos institucionalizados e, com isso, ajudam a reinventar a própria indústria. É o que aconteceu originalmente com a música. É também o que acontece com a TV e com o cinema. As estreias simultâneas em países que reúnem os maiores públicos potenciais de séries e filmes é cada vez mais frequente – uma estratégia que é produto direto da ameaça representada pela pirataria.

A ideia de que a pirataria ajudaria a equilibrar os interesses contraditórios dos consumidores e dos produtores de mídia é defendida por uma série de estudiosos do tema. Um deles é Henry Jenkins, professor de comunicação, jornalismo e artes cinematográficas da University of South California, que dirigiu por

dez anos o Programa de Estudos de Mídia Comparada do Massachusetts Institute of Technology (MIT). “Ninguém quer esperar seis meses ou um ano para assistir a um programa estrangeiro cuja distribuição ainda não foi negociada em seu país. Eu quero assisti-lo agora para poder participar da discussão internacional. E, como é possível ter acesso a esse programa de maneira ilegal, ninguém vai esperar que ele passe a ser oferecido legalmente.” Em *Cultura da Convergência*, um dos 12 livros que já publicou, Jenkins examina o que ele categoriza como uma revolução do conhecimento, colocada em curso pela colisão entre as mídias tradicionais e as digitais, interativas.

“Hoje, as pessoas tomaram a mídia nas próprias mãos e passaram a explorar elas mesmas novas ferramentas e plataformas que lhes permitam criar e veicular os próprios conteúdos.”

Henry Jenkins

Para ele, o site de vídeos YouTube é o exemplo máximo dessa cultura participativa. É ela quem coloca em rota de colisão as novas mídias interativas e a mídia tradicional – em que os espectadores são passivos e se submetem ao que as redes de televisão ou os estúdios de cinema oferecem. “A pirataria surge como um grande equalizador e só será contida quando as corporações de mídia sofisticarem seu entendimento sobre os fatores que motivam esse tipo de comportamento.” O professor também ressalta que compreender o comportamento dos nativos digitais passa por criar novos indicadores que deem conta dessa nova relação que vem sendo estabelecida com os produtos culturais.

“Os sistemas tradicionais de medição de audiência não conseguem gerar o tipo de informação adequada e, sem conseguir medir adequadamente o impacto econômico e cultural de um determinado conteúdo, alimentamos um equívoco bastante comum: a hipótese da morte das velhas mídias. A história mostra que pouquíssimas foram as mídias que morreram. Os mecanismos de transmissão é que vão e vêm, a mídia sobrevive.”

Henry Jenkins

Cita como exemplo a gravação de som: ela continua presente, independentemente de ser transmitida por cilindros de cera, discos de vinil, fitas cassete ou arquivos de MP3. Uma nova mídia pode empurrar a antiga para o papel de coadjuvante, alterar seu modelo econômico, mas não matá-la. Essa é a ideia central de *Cultura da Convergência*, que está recheada de outros exemplos. Esse descompasso, bastante

acentuado quando se fala do uso da internet na escola e para fins educacionais, é fruto, em grande parte, de um tipo muito particular de conflito de gerações: hoje, temos imigrantes digitais educando e produzindo conteúdo para nativos digitais.

Entenda como essa fruição conectada de produtos culturais se dá entre os participantes da etapa de PerguntAção, em que os próprios jovens conduziram uma investigação sobre hábitos de uso da internet entre seus pares na pág. 201.

Puxado pelos hábitos de consumo dos jovens conectados, um processo de reconfiguração dos veículos de mídia mais tradicionais (como jornais, revistas, rádios e até mesmo sites e portais) vem sendo colocado em curso. Os esforços se concentram em desenvolver novos formatos e estratégias para inverter a lógica do espectador. No lugar de fazer com que o jovem vá buscar o conteúdo em um ambiente específico, de fazê-lo esperar por uma programação, os veículos passam a distribuir o mesmo conteúdo em múltiplos formatos, levando-o até os pontos em que o público-alvo se concentra: as redes sociais.

Em maio de 2015, o Facebook lançou o Instant Articles, um produto que permite aos grandes veículos de mídia publicar histórias independentes diretamente na rede social – antes mesmo de veiculá-las em suas versões online ou impressas. Um grupo formado por nove grandes títulos foi convidado para estrear o sistema, que faz com que os conteúdos sejam carregados nas telas dos celulares de modo dez vezes mais rápido do que um link comum compartilhado e também permite que cada produtor de conteúdo venda anúncios no espaço que seus artigos ocupam em cada timeline. Entre eles estavam empresas históricas, como os jornais The New York Times (EUA) e The Guardian (Reino Unido), as revistas americanas National Geographic e The Atlantic e a alemã Der Spiegel, e também o representante máximo da mídia jovem, o site BuzzFeed, conhecido por suas reportagens irreverentes e em forma de listas.

Desde então, quase 100 veículos foram convidados a participar do produto que, em abril de 2016, passaria a estar aberto para qualquer empresa interessada, em qualquer lugar do mundo. Os resultados foram extremamente positivos em termos de distribuição do conteúdo para novos públicos, dizem as empresas, embora a capacidade de geração de receita financeira ainda seja pequena. O jornal americano The Washington Post divulgou que o número de leitores que voltaram a acessar seus conteúdos no período de uma semana cresceu exponencialmente nos artigos publicados diretamente na rede social – um movimento que não se refletiu na homepage de seu site ou no número de assinantes. O mesmo efeito foi admitido pela Slate, revista online de política e cultura que teve um crescimento de 25% no total de acessos.



Foi em busca de uma audiência ainda mais jovem que algumas revistas, canais de televisão e sites concordaram em experimentar não só um novo meio de distribuição (como feito no Instant Articles) mas também um novo formato, um novo jeito de contar as suas histórias: o Discover, do Snapchat.

O uso desse aplicativo de troca de imagens que desaparecem em no máximo 24 horas ainda é incipiente no Brasil: apenas 13% dos jovens hiperconectados que participaram da etapa PerguntAção afirmaram ter um perfil nesta rede social que tem, no mundo todo, a maior concentração de adolescentes (60% têm até 24 anos, sendo que 23% têm entre 13 e 17 anos). Em janeiro de 2015, o Snapchat criou o Discover, uma seção do aplicativo em que se pode acessar canais dedicados de cada veículo. A programação, composta por vinhetas e textos integrados a vídeos curtos, também só dura 24 horas.

“Não importa em que canal o conteúdo será consumido: a única coisa realmente importante é que as pessoas consumam o conteúdo produzido.”

Felix Salmon

O jornalista inglês Felix Salmon, que é um dos editores do Fusion, nova empresa de mídia americana criada especificamente para atender aos chamados *millennials* (geração nascida entre o início dos anos 1980 e o ano 2000). Criado em 2013, o Fusion é resultado de uma *joint venture* entre o canal aberto americano ABC, que pertence à Disney, e a Univision, maior emissora de TV voltada para o público latino nos Estados Unidos. O Fusion é um canal de TV a cabo, que encerrou 2015 com 40 milhões de assinantes. Além de conteúdo jornalístico, também produz programas de entretenimento, obedecendo a uma lógica multiplataforma. A premissa do novo canal é dar igual importância à sua presença digital e à sua programação na TV, com uma única diretriz: afastar-se o máximo possível de tudo o que seja convencional.

E os resultados impressionam: em 2015, eles tiveram mais de 10 milhões de visitantes únicos por mês em seus canais digitais (de acesso grátis) e 87% dessa audiência têm entre 18 e 34 anos. “Enquanto a maioria de nossos concorrentes investe milhões e luta com outros veículos para atrair visitas aos seus websites, nos contentamos em ir atrás de nossa audiência onde quer que ela esteja”, afirma Felix Salmon em texto publicado em sua página pessoal no Medium. “Claro que temos um website incrível, no qual investimos dinheiro e o talento de nossa equipe. Mas não permitimos que isso limite a nossa atuação. Se nosso público-alvo está no Instagram, produziremos vídeos de 15 segundos especificamente para esta rede social. Se eles estiverem em outros canais, daremos um jeito de chegar lá. Todo mundo é um curador

hoje em dia: o resultado é um ecossistema de mídia mais fluido do que aquele ao qual antes estávamos acostumados, mas é também mais eficiente. É preciso deixar o conteúdo florescer onde ele funciona melhor.”

Por trás desses esforços dos veículos de mídia está o reconhecimento de que, de modo irreversível, as redes sociais ditam o ritmo da vida dos nativos digitais. As redes sociais assumiram o posto que, para outras gerações, era ocupado pela cultura pop – em suas múltiplas manifestações. As redes sociais têm papel de destaque no processo de individuação, de formação da personalidade e da identidade desses jovens. Nas discussões em grupo realizadas como parte deste estudo, uma parcela significativa dos participantes afirmou que, na internet, o horizonte do que podem ser se expande.

A vida conectada desencadeia um processo de empoderamento e de emancipação, expandindo a rede de contatos, conectando indivíduos a partir de interesses compartilhados e fazendo com que a proximidade de comunicação se sobreponha à distância geográfica.

Há um alto nível de concordância dos participantes da edição 2015 do Juventude Conectada para as afirmações de que a internet “contribui para aproximar as pessoas” e “permite que o jovem se relacione com pessoas com interesses semelhantes”: ambos receberam nota 7,3 (em uma escala de 0 a 10). Entre muitos outros aspectos, isso se reflete diretamente no padrão dos relacionamentos amorosos dos jovens de hoje. Publicado em 2015, o livro *Modern Romance* retoma uma pesquisa realizada pela Universidade da Pensilvânia, em 1932, e que analisava cinco mil registros de casamento protocolados na cidade da Filadélfia. Um terço dos casais vivia, durante o período de namoro, a uma distância de no máximo cinco quarteirões; um em cada seis morava exatamente na mesma quadra e, surpreendentemente, um em cada oito vivia no mesmo prédio de apartamentos. Hoje, esse tipo de ocorrência é tão raro que as pesquisas sobre geografia dos casamentos sequer são realizadas considerando os habitantes de uma única cidade.

Fatores como o maior percentual de mulheres nas universidades e no mercado de trabalho certamente contribuíram para a expansão do raio de formação de casais, mas as redes sociais e os sites de relacionamentos são apontados em *Modern Romance* como o ponto de encontro inicial da maioria dos jovens casais. O livro é resultado de um projeto conduzido pelo comediante americano Aziz Ansari. Interessado em investigar os efeitos das novas tecnologias sobre a vida amorosa dos jovens de hoje, ele se uniu ao sociólogo Eric Klinenberg, que dirige o Institute for Public Knowledge da New York University. Juntos, eles conduziram uma pesquisa ao longo dos anos de 2013 e 2014 que ouviu centenas de pessoas e especialistas, em grupos focais presenciais e entrevistas, realizados em Nova York, Los Angeles, Wichita, Tóquio, Buenos Aires, Paris e Doha. Além dos grupos e das entrevistas, dezenas de participantes concederam acesso a seus smartphones e os pesquisadores puderam estudar trocas de mensagens, emails,

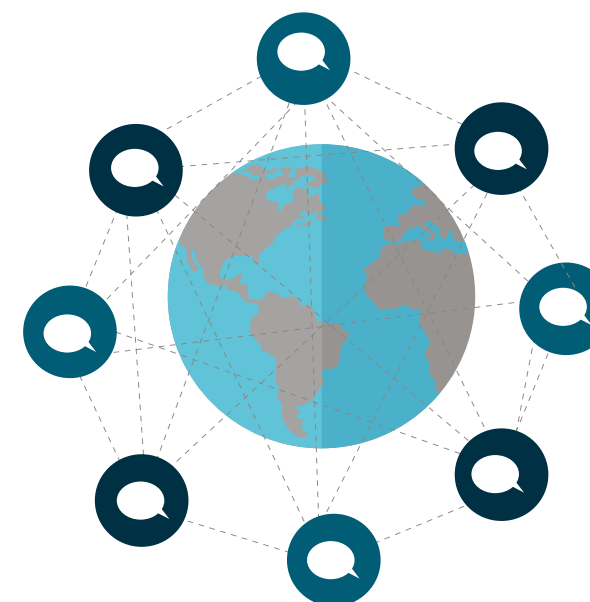
interações em sites e aplicativos de encontros e namoro. Por fim, um grande grupo focal online foi criado a partir de seções de perguntas e respostas realizadas no fórum de discussões Reddit.

Corroborando os resultados do estudo americano, os jovens brasileiros que participaram da etapa PerguntAção namoram conectados: 33% deles disseram que namoram sempre ou quase sempre conectados. E essa relativização do peso das distâncias geográficas ajuda a entender por que os nativos digitais atribuem valor similar às relações estabelecidas majoritariamente online ou offline. Para eles, o mundo real vai além do classicamente definido como tridimensional, que pode ser descrito e medido pelos indicadores do mundo material. Uma quarta dimensão, constituída por informação, soma-se ao dia a dia desses jovens, permitindo que eles “estejam” em mais de um lugar ao mesmo tempo. Conectados, eles são capazes de agir sem estar presentes fisicamente. É o chamado espaço híbrido, conceituado pelo sociólogo espanhol Manuel Castells em seu tratado sobre os movimentos sociais na era da internet, o livro *Redes de Indignação e Esperança*.

Para Castells, há no ambiente digital uma mimetização de espaços que acaba por criar lugares sociais que, por sua vez, geram expectativas de movimento e de interação próprios dos espaços públicos.

“Em nenhum momento estivemos tão imersos num sistema de comunicação que configura nossos pensamentos, nossas mentes, nossas decisões.”

Manuel Castells



Com sua fundamentação do espaço híbrido, Castells nos coloca o desafio de redefinir para nós mesmos conceitos elementares como espaço, tempo e realidade. “Em nossa sociedade, o espaço público dos movimentos sociais é construído como um espaço híbrido entre as redes sociais da internet e o espaço urbano ocupado: conectando o ciberespaço com o espaço urbano numa interação implacável e constituindo, tecnológica e culturalmente, comunidades de prática transformadora.”

Essa percepção do espaço híbrido como ambiente de participação efetiva é real entre os participantes do estudo Juventude Conectada. Em todas as regiões do País, a principal forma de participação social apontada por eles foi o repasse de convites para atos e manifestações recebidos de outras pessoas (37%). Especificamente no Sudeste, o compartilhamento de informações e comentários (30%) também apareceu entre as principais

formas. Os que foram para a rua ou participaram de reuniões representam, respectivamente, 28% e 14% dos jovens entrevistados.

Outro resultado desse processo de emancipação e empoderamento é a capacidade de produzir conteúdo, ajudar a disseminar informações e ideias que não são veiculadas na grande mídia. Embora a maioria dos jovens domine as ferramentas de produção de conteúdo e não enfrente restrições de acesso significativas, o índice de compartilhamentos ainda é muito superior ao da produção de conteúdo original. De certa forma, este padrão de comportamento reflete a hierarquia social segundo a qual os jovens se organizam há muitas décadas: um pequeno grupo divulga as novidades, propaga ideias e inspira admiração. Se nas gerações anteriores a maioria se limitava a reproduzir os comportamentos deste grupo, copiando o seu modo de vestir e suas expressões, a atual também busca se aproximar dos indivíduos admirados relacionando-se com eles nas redes sociais, curtindo e compartilhando suas postagens.

Os formadores de opinião dos nativos digitais são pessoas altamente conectadas, com amplo repertório de uso da internet e de ferramentas tecnológicas.

Eles funcionam como grandes conectores, provendo a cola social necessária para formar o padrão de relações popularmente chamado de “mundo pequeno”. Em fevereiro de 2016, por ocasião de seu 12º aniversário, o Facebook peneirou os dados de seus 1,59 bilhão de usuários ativos em um estudo relâmpago que buscava determinar se a teoria, estabelecida em 1929, de que a distância entre dois desconhecidos era de apenas seis pessoas se aplica nos dias de hoje. E concluíram que, para quem usa o Facebook ativamente, este número é de apenas 3,57 pessoas. Uma outra pesquisa na mesma linha, realizada pela



Universidade de Cornell e pela Università degli Studi di Milano em 2011, concluiu que essa distância era de 3,74 pessoas. Na época, o Facebook tinha menos da metade dos usuários ativos de 2016: eram 721 milhões de pessoas. Contrariando o que predominava entre as gerações anteriores, para os jovens de hoje, as conexões não precisam necessariamente ser diretas para ter valor.

Sobretudo, os padrões de comportamento delimitados ao longo do estudo Juventude Conectada demonstram que as redes sociais mais amplificam motivações existentes do que as criam. A começar pelos três principais perfis de navegação identificados: o dos exploradores iniciantes, o dos exploradores intermediários e o dos exploradores avançados. Eles reproduzem a estrutura da pirâmide de influência, desenhada na década de 1930, e que dividia a população em criadores de tendências (*trendsetters*), consumidores primários (*early adopters*) e a massa (*mainstream*). Os primeiros têm comportamento atípico e antecipam tendências, os segundos traduzem esses comportamentos para o *mainstream*, que, por sua vez, passa a reproduzi-lo.

Leia mais detalhes sobre os hábitos de conexão à internet de cada um deles na pág. 38.

A relutância em expressar opinião nas redes sociais, revelada pelos jovens entrevistados tanto na edição de 2013 quanto na de 2015 do Juventude Conectada, também traz, em sua distribuição pela amostra pesquisada, os reflexos da pirâmide de influência. Esse padrão de comportamento também ajuda a explicar a ainda incipiente migração dos jovens para novas formas de interação online. O caso do WhatsApp é o mais evidente nesse registro de 2015, com alto índice de concordância dos jovens pesquisados para a afirmação de que “o uso do WhatsApp reduz o das outras redes sociais”, que recebeu nota 7,3. Aplicando a este movimento a Lei de Metcalfe (que afirma que o valor de uma rede cresce com o quadrado dos seus usuários: quando o número de usuários duplica, o potencial de conexões quadruplica), é possível dizer que caminhamos para um cenário de maior segmentação etária das próprias redes sociais – e, conseqüentemente, do impacto do uso da internet e das tecnologias de informação sobre o comportamento jovem.

Saiba mais sobre os hábitos de navegação dos jovens nas págs. 24 a 36.

As mudanças de comportamento identificadas entre as duas edições do estudo, impulsionadas principalmente pela ascensão do celular como principal dispositivo de acesso à internet, reforçam o poder transformador das invenções em escala humana, que são incorporadas pela sociedade uma pessoa por vez, e que importam mais que inovações gigantescas e aplicadas a partir de esforços contínuos e massivos (como a pílula anticoncepcional e a energia nuclear).

Esse tipo de tecnologia muda a sociedade precisamente porque sua utilização não é controlada de modo centralizado. Assim como com o anticoncepcional e com o transistor, milhões de vezes por dia alguém experimenta uma nova ferramenta online, uma nova mídia social. E, de grão em grão, vai mudando o jeito de se divertir, estudar, relacionar, engajar em causas e criar novos negócios.

Comportamento

Dados da pesquisa



Em suas duas edições, o estudo Juventude Conectada procurou mapear os usos e apropriações das tecnologias de informação e comunicação pelos jovens brasileiros, explorando quatro eixos fundamentais de investigação: comportamento, educação e aprendizagem, ativismo e empreendedorismo.

Para cada um deles, foram elaborados diferentes conjuntos de questões e enunciados que avaliam atitudes e comportamentos em relação aos assuntos abordados, captando as impressões e tendências mais relevantes nas cinco regiões do País.

Comportamento



Eu nasci assim

Para os jovens, “antes da internet” é um lugar que não existe

A internet **impacta as relações**, as **opções de lazer** e a **forma de estar no mundo**. A democratização do acesso à informação e às tecnologias de comunicação e informação amplia também o potencial de impacto da internet sobre a capacidade de aprender, empreender e reivindicar um papel mais ativo e participativo na vida democrática.

“Todo mundo tem mobile; muitas vezes pessoas de classes mais baixas têm celular, mas não têm outros tipos de eletrodomésticos.”

Larissa Alves, mobilizadora social do Porvir/Instituto Inspirare

Esse **acesso ampliado** tem como um de seus efeitos diretos a **emancipação do jovem** que, por estar conectado à internet (e, conseqüentemente, aos seus pares em diferentes pontos do mundo), passa a ter **maior possibilidade de opinar, expressar ideias, articular-se, conhecer pessoas novas, informar-se, produzir informação e trabalhar**.

“Esses jovens antes eram receptores, agora eles podem mostrar a versão deles, eles podem ser politizados e conseguir um alcance muito grande das causas deles, é um empoderamento mesmo.”

Nathalia Ziemkiewicz, sexóloga e jornalista, Pimentaria

Para se ter uma ideia clara do que significa essa democratização de acesso à internet, **a cada ano do estudo é possível notar que faz menos sentido falar em 'mudanças que a internet trouxe para o dia a dia'**. Os jovens que são o objeto deste estudo talvez sejam parte da **primeira geração que chega à vida adulta na condição de 'nativos digitais'**. Todo o seu processo de socialização já se deu em um contexto de conexão ampla, via banda larga, às ferramentas de navegação e interação online.

Embora os jovens da faixa etária pesquisada, que vai dos 15 aos 29 anos, reconheçam que a internet tem forte impacto na configuração de suas vidas (principalmente como instrumento de interação e comunicação), não consideram factível falar em antes e depois da internet. Nesse sentido, também **não se identificam com os conceitos de hiperconexão ou de indivíduo hiperconectado**. Estas não são expressões utilizadas pelos jovens. Eles sequer reconhecem o termo, mas deduzem o seu significado e atribuem a ele um aspecto pejorativo, que remete ao vício e à perda de sociabilidade real. Pontualmente, a expressão é associada à vida profissional, a pessoas que trabalham com tecnologia da informação.

“Um hiperconectado não consegue ficar longe da internet e das atualizações.”

(Recife, 16-19 anos, classes A e B)



“É um viciado, uma pessoa dependente.”

(Curitiba, 20-24 anos, classes C e D)



Por outro lado, embora a vida antes da internet não faça parte de seu repertório, a juventude conectada **reconhece claramente a intensidade das mudanças provocadas por novas tecnologias, num contexto de velhas e novas mídias – todas elas digitais**. A percepção geral é que a vida conectada, impactada principalmente pela evolução das redes sociais, caminha para um cenário de cada vez mais exposição.

“Do Orkut para cá mudou muito. No Orkut não ficava tão exposto. Hoje, o mundo inteiro já viu quando você posta alguma coisa. É complicado.”



(São Paulo, 20-24 anos, classes C e D)

Tanto os especialistas entrevistados quanto os consultores que acompanharam todas as fases de desenvolvimento desta segunda edição do Juventude Conectada avaliam, a partir da análise das opiniões e atitudes reveladas para cada um dos quatro eixos de investigação, que **a internet assume hoje o papel que já foi de outros meios de comunicação de massa (como o rádio e a televisão) e da cultura pop. E que seu efeito sobre a formação dos jovens se dá em três dimensões:**



Mundo, vasto mundo




Cresce a interação, diluem-se as fronteiras

A **internet reconfigurou as fronteiras de sociabilidade**. Relações que antes se limitavam à família, à escola e aos vizinhos hoje se expandem, ajudando a formar **novos círculos de relacionamento**, que derrubam inclusive barreiras geográficas. Os **assuntos de interesse comum** – sejam preferências no mundo do entretenimento, aspectos de comportamento ou questões da vida pública – passam a ser **gatilhos de aproximação, aglutinando pessoas que nem sempre estão fisicamente próximas** ou já se conheciam de algum lugar, graças às redes sociais (marcadamente o Facebook e o Twitter), aos canais de YouTube e aos fóruns temáticos, comunidades de fãs ou outros aplicativos.

A proximidade no espaço físico deixa de ser condição necessária para as amizades, troca de ideias e de experiências.

A vocação aglutinadora da internet apresenta os maiores índices de concordância entre os jovens ouvidos na etapa quantitativa, como se pode observar nos gráficos a seguir:

Os jovens entrevistados atribuíram notas de 0 a 10, de modo a atestar o seu grau de concordância com uma série de afirmações. Suas avaliações estão resumidas nos gráficos a seguir em notas médias.

	2015	 Explorador iniciante	 Explorador intermediário	 Explorador avançado
A internet permite que eu me relacione com pessoas de interesses semelhantes aos meus	7,3	7,0	7,6	7,9
O uso da internet contribui para aproximar as pessoas	7,3	7,0	7,5	8,0

“Para eles, é tão real como qualquer relação; quando se relacionam com conhecidos à distância, estão se relacionando com pessoas reais, vivendo processos reais.”

Inês Vitorino, socióloga, professora da Universidade Federal do Ceará

Quando avaliada sob a ótica de diferentes aspectos demográficos, essa capacidade de expansão de fronteiras é igualmente reconhecida, apesar de as **meninas** e os **jovens na faixa etária intermediária (20-24 anos)** apresentarem **índices de concordância ligeiramente abaixo da média**.

	2015	Gênero		Idade		
		Masculino	Feminino	15-19	20-24	25-29
A internet permite que eu me relacione com pessoas de interesses semelhantes aos meus	7,3	7,5	7,2	7,4	7,2	7,4
O uso da internet contribui para aproximar as pessoas	7,3	7,4	7,3	7,3	7,3	7,3

	2015	Escolaridade			Classe			
		Fundamental	Médio	Superior	A	B	C	D
A internet permite que eu me relacione com pessoas de interesses semelhantes aos meus	7,3	7,4	7,3	7,4	7,4	7,6	7,2	7,3
O uso da internet contribui para aproximar as pessoas	7,3	7,4	7,4	7,1	7,1	7,4	7,2	7,4

À medida que a tecnologia deu maior dinamismo para as redes de interação, a **oposição entre o online e o offline foi se diluindo**. A tecnologia se inscreveu de forma definitiva na experiência cotidiana a ponto de permitir que **relações iniciadas online tendam a se estender à interação face a face e vice-versa**.

“Uma pesquisa que a gente fez há um tempo, inclusive a parte quantitativa foi feita pelo Ibope, mostrou que 28% dos adolescentes e jovens já tinham encontrado presencialmente pessoas que só conheciam na internet. Esse é um número muito alto e, quando a gente foi checar, é isso mesmo o que está acontecendo. Os jovens conhecem alguém pela internet e vão conhecer presencialmente.”

Mario Volpi, educador e especialista em políticas públicas, UNICEF

Essa diluição na oposição entre online e offline também pode ser identificada no modo como as pessoas interagem na internet e presencialmente. **A fragmentação dos diálogos na internet, dirigidos a várias pessoas e com as quais se fala ao mesmo tempo, também é uma característica dos encontros presenciais do dia a dia**. As conversas de redes sociais são muito semelhantes às que se têm em um bar, em uma festa ou mesmo no trabalho. Isto é, **a internet apenas reproduz um traço cultural** – o da fragmentação – que é **próprio da vida social moderna**. O encontro face a face não é, em si mesmo, garantia de maior autenticidade e profundidade nas relações.

“Antes, a gente se comunicava muito mais presencialmente, só que a comunicação presencial é circunstancial, isto é, depende de uma determinada situação, que te provoque a estar em contato com o outro para poder falar. Hoje em dia, vejo as pessoas se expressando muito mais pelas redes e conseguindo tratar de coisas que às vezes não são abordadas com a família ou com amigos próximos. Como, por exemplo, o tema da sexualidade.”




Harika Maia, cientista social, Programa VAI da Prefeitura de São Paulo

Na primeira edição do estudo Juventude Conectada, realizada em 2013, levantou-se a hipótese de que o aumento da interação online tornava as pessoas mais introspectivas presencialmente. Mas, na segunda edição, realizada em 2015, essa hipótese foi descartada. Notou-se que, **mais do que uma extensão, a relação online complementa a offline**. Os especialistas entrevistados concordam que as chamadas 'relações virtuais', apesar de suas características únicas, reproduzem os nossos principais traços culturais e que um encontro pessoal não é garantia de maior autenticidade ou profundidade de relações.

“O que a internet mais impactou foram as interações; ela possibilitou uma ampliação do repertório de relações.”

Mario Volpi, educador e especialista em políticas públicas, UNICEF

Essa diluição de fronteiras também se aplica a aspectos práticos do dia a dia. A expansão do universo pessoal e a percepção de que o mundo está mais próximo passam também pela ampliação de conhecimentos culturais, por uma maior facilidade para realizar trabalhos escolares e para tirar dúvidas sobre qualquer assunto, em qualquer conversa – afinal, todos carregam no bolso a maior e mais atualizada 'enciclopédia' do mundo.

	2015	 Explorador iniciante	 Explorador intermediário	 Explorador avançado
A internet proporciona descobertas que tornam a vida mais prática	7,6	7,2	8,0	8,2
A internet facilita a escolha de produtos e serviços porque as pessoas compartilham as suas avaliações	7,3	6,9	7,5	8,1
As compras online facilitam a minha vida	6,4	5,5	7,0	7,5




Note como, **à medida que o repertório de uso da internet se amplia**, também **umentam significativamente os índices de concordância** quanto ao impacto da internet sobre a praticidade do dia a dia.

Quando avaliada sob a ótica de diferentes aspectos demográficos, essa **capacidade de facilitar o dia a dia é igualmente reconhecida, apesar de as meninas e os representantes das classes C e D apresentarem índices de concordância abaixo da média** e de os **jovens com maior escolaridade terem uma percepção mais pronunciada desses efeitos**.

	2015	Gênero		Idade		
		Masculino	Feminino	15-19	20-24	25-29
A internet proporciona descobertas que tornam a vida mais prática	7,6	7,7	7,6	7,6	7,7	7,6
A internet facilita a escolha de produtos e serviços porque as pessoas compartilham as suas avaliações	7,3	7,5	7,2	7,3	7,3	7,3
As compras online facilitam a minha vida	6,4	6,5	6,2	6,2	6,7	6,2

	2015	Escolaridade			Classe			
		Fundamental	Médio	Superior	A	B	C	D
A internet proporciona descobertas que tornam a vida mais prática	7,6	7,5	7,6	7,7	7,5	7,9	7,5	7,5
A internet facilita a escolha de produtos e serviços porque as pessoas compartilham as suas avaliações	7,3	7,2	7,3	7,5	7,3	7,6	7,3	6,9
As compras online facilitam a minha vida	6,4	6,0	6,2	6,9	6,5	6,9	6,4	5,3

As percepções de perda de sociabilidade real e de menor capacidade de concentração em uma única atividade continuam sendo os principais aspectos negativos da vida conectada.

	2015	 Explorador iniciante	 Explorador intermediário	 Explorador avançado
Já passei mais tempo na internet do que pretendia	7,5	7,1	7,7	8,4
O uso do WhatsApp reduz o acesso às demais redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram etc.)	7,3	7,2	7,3	7,8

Nesse sentido, **as ferramentas mais usadas (WhatsApp e Facebook) aparecem, na etapa qualitativa, como os principais vilões**, apesar de o WhatsApp ser menos criticado, em especial por propiciar exposição a um grupo menor de pessoas do que as redes sociais de massa.

O reflexo desse incômodo (ainda que pontual) já é visto em quase todas as praças: em todos os grupos de discussão realizados foram identificados movimentos de saída do Facebook, tendo como principais incômodos o excesso de uso e as tentativas de autocontrole autoimpostas.



Quando avaliados sob a ótica de diferentes aspectos demográficos, esses **efeitos nocivos da internet são igualmente reconhecidos, apesar de os jovens com maior escolaridade e os representantes da classe B terem uma percepção mais pronunciada desses efeitos.**

2015	Gênero		Idade		
	Masculino	Feminino	15-19	20-24	25-29
Já passei mais tempo na internet do que pretendia	7,5	7,5	7,4	7,6	7,5
O uso do WhatsApp reduz o acesso às demais redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram etc.)	7,3	7,3	7,3	7,4	7,3

2015	Escolaridade			Classe			
	Fundamental	Médio	Superior	A	B	C	D
Já passei mais tempo na internet do que pretendia	7,3	7,4	7,8	7,6	7,9	7,3	7,1
O uso do WhatsApp reduz o acesso às demais redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram etc.)	7,3	7,4	7,2	6,7	7,4	7,3	7,4



O inferno são os outros

As vulnerabilidades do mundo virtual percebidas em sentido estreito




Embora tenham uma visão muito aguçada das transformações tecnológicas e das virtudes e defeitos das diferentes mídias digitais, **os jovens ainda demonstram uma falta de clareza quanto ao que é de âmbito público e o que é de âmbito privado nas relações conectadas.**

“Acho que eles não têm noção, quando estão num grupo de WhatsApp, de que eles estão falando publicamente, eles não têm essa noção, eles acham que eles estão na rodinha, no intervalo, na hora do recreio, conversando entre amigos, só que um desses amigos pode compartilhar essa informação para um outro grupo do qual ele faz parte. Acho que eles não têm noção das barreiras, das seguranças, do que é público e do que não é.”

Nathalia Ziemkiewicz, sexóloga e jornalista, Pimentaria



As preocupações em relação à internet se mostram cada vez maiores em relação à sociabilidade e menores em relação a aspectos técnicos.

	2015	 Explorador iniciante	 Explorador intermediário	 Explorador avançado
Inscriver-se em concursos, provas, disponibilizar seu currículo online	6,5	6,0	6,9	7,3
Baixar aplicativos gratuitos ou pagos de seu interesse e que considere úteis	6,3	6,0	6,4	7,1
Realizar transações bancárias pela internet	5,0	4,6	5,4	5,6
Fornecer dados pessoais para a compra de um produto ou serviço	5,0	4,6	5,2	5,7
Trocar informações pessoais com desconhecidos	4,2	3,9	4,4	4,8

Em parte, essa **percepção das vulnerabilidades e perigos em sentido estreito são consequência direta do que os jovens vivenciam** com maior frequência. Todos os participantes dos grupos de discussão **afirmam conhecer ou ter visto de perto casos de pessoas que sofreram as consequências da exposição de suas vidas** (propositalmente ou não). Todos eles também dizem conhecer vítimas de maldades alheias, sofridas por serem, simplesmente, quem são.

Por outro lado, **casos de roubos de dados ou de identidade aparecem como algo mais distante de sua realidade.** Bastante comentados na primeira edição do estudo, que continha uma maior proporção de exploradores iniciantes e uma parcela significativamente menor de exploradores avançados, os ataques cibernéticos, *cyberbullying* e vício em uma 'realidade virtual' são aspectos que parecem ter ficado para trás.

“A gente vê que a maior preocupação dos pais é essa de ‘não entre em contato com estranhos’, ‘não adicione estranhos’, mas curiosamente, quando a gente conversa com os jovens, o incômodo maior não é com estranhos, é com colegas, amigos, amigos dos amigos.”

Inês Vitorino, socióloga, professora da Universidade Federal do Ceará

A preocupação em relação aos pais também parece não ser mais tão relevante. Embora continuem a conviver e interagir, em suas conexões e postagens, com parentes de diversas gerações (avós, tios, primos, mãe e pai, irmãos mais novos e mais velhos), os jovens da segunda edição do estudo não mencionaram entre suas apreensões relacionadas à exposição pública as aflições apontadas na edição realizada em 2013 – que iam da publicação de fotos de infância a comentários que dessem margem para a ridicularização pelos amigos, passando pelo desejo de preservar os pais de certas opiniões ou atividades.

Em parte, essa mudança se deve à **relativa autonomia e liberdade proporcionadas pela individualização dos dispositivos de acesso**: com o crescimento dos smartphones e notebooks próprios, **poucos ainda compartilham** computadores com a família. Se, em 2013, uma das formas mais frequentemente apontadas para burlar a fiscalização e o controle dos pais era apagar o histórico de navegação do browser utilizado, em 2015 esse papel é desempenhado por um **uso mais seletivo das diferentes mídias digitais**. Em geral, as polêmicas e ‘molecagens’ ficam reservadas aos grupos de WhatsApp, aos quais só têm acesso as pessoas autorizadas.

“Se expor muito no Facebook hoje em dia dá medo.”




(Curitiba, 20-24 anos, classes C e D)



“A internet às vezes te expõe demais. Gosto de escrever e costumo postar minhas histórias em um site. Mas outro dia encontrei um blog onde uma pessoa se identificava como sendo a autora das minhas histórias.”

(Recife, 16-19 anos, classes A e B)



	2015	 Explorador iniciante	 Explorador intermediário	 Explorador avançado
Devo ter cuidado ao expressar minhas opiniões na internet, pois posso não ser bem visto	7,2	6,0	7,5	7,7
A internet estimula a produção de conteúdos de minha própria autoria	7,0	6,5	7,3	7,7

Outra forma de se proteger desses ataques é, justamente, a de assumir um comportamento mais observador, compartilhando menos conteúdo de autoria própria, limitando-se praticamente à reprodução de postagens alheias. A preocupação em não se expor para evitar atritos parece cada vez maior.

“A pior coisa que tem é você expor sua opinião na internet e alguém não aceitar.”

(Curitiba, 20-24 anos, classes C e D)



“Não costumo compartilhar muito as minhas opiniões. Sempre surgem divergências.”

(Recife, 16-19 anos, classes A e B)



A partir dos dados colhidos na etapa quantitativa e dos depoimentos expressos nos grupos de discussão e nas entrevistas dos participantes da etapa e-meter, é possível distribuir os jovens brasileiros em três perfis de comportamento:

Opinativo



“Adoro opinar sobre os fatos nas redes sociais”

São jovens que gostam de postar opiniões e notícias sobre diversos assuntos e acontecimentos.

Observador



“Eu entro para ver a vida dos outros”

Acessam diariamente as redes sociais apenas para ver as fotos e ler os comentários dos colegas. Precavidos, pouco expõem a própria opinião, buscando evitar conflitos – sobretudo entre amigos.

“Excessivo”



“Posto tudo o que quero, não ligo para o que os outros vão pensar”

Embora nenhum jovem se identifique como excessivo, muitos qualificam amigos e conhecidos com este termo. É o colega que faz comentários sobre qualquer tema e posta conteúdos freneticamente.

Quando avaliados sob a ótica de diferentes aspectos demográficos, a necessidade de se policiar em relação às opiniões expressas e o potencial ainda limitado de produção de conteúdo próprio são igualmente reconhecidos. **Há, na opinião expressa pelas meninas, uma dicotomia interessante: embora se preocupem menos com o efeito das opiniões que expressam sobre suas imagens, apresentam índice de concordância abaixo da média (e bastante inferior ao dos meninos) com relação ao estímulo para a produção de conteúdos de sua própria autoria.** Com relação a este último item, os representantes da classe D também apresentam nível de concordância significativamente inferior à média.

	2015	Gênero		Idade		
		Masculino	Feminino	15-19	20-24	25-29
Devo ter cuidado ao expressar minhas opiniões na internet, pois posso não ser bem visto	7,2	7,3	7,1	7,2	7,3	7,1
A internet estimula a produção de conteúdos de minha própria autoria	7,0	7,2	6,8	7,1	7,0	6,8

	2015	Escolaridade			Classe			
		Fundamental	Médio	Superior	A	B	C	D
Devo ter cuidado ao expressar minhas opiniões na internet, pois posso não ser bem visto	7,2	7,2	7,1	7,5	7,3	7,3	7,2	7,1
A internet estimula a produção de conteúdos de minha própria autoria	7,0	6,9	7,0	7,0	7,2	7,2	7,1	6,5

Na primeira edição do Juventude Conectada, a questão do impacto da internet sobre a formação de identidade foi abordada num sentido mais geral, ligado à dinâmica do ver e ser visto nas redes sociais. Nesta edição da pesquisa, **o tema da identidade foi retomado, mas com maior ênfase no potencial de uso da internet como espaço de debate de questões relacionadas a gênero, raça e sexualidade e de apoio e acolhimento aos jovens que se 'sentem diferentes'**.

Esse destaque à questão das minorias talvez seja fruto de um contexto de ascensão de movimentos sociais e da criação de grupos de informação e debate no Facebook (no caso das meninas, destacadamente, os de inclinação feminista), além da grande visibilidade de episódios de ofensa racial e agressões homofóbicas conferida tanto pela mídia tradicional quanto pelas redes sociais.

Leia mais sobre a participação social de jovens no Capítulo 7, pág. 119.

Mas **se, por um lado, as redes sociais permitem um espaço de ancoragem para discussões sobre esses temas, por outro dão vazão a agressões verbais e comentários preconceituosos que às vezes têm o efeito de inibir o envolvimento dos jovens com tais assuntos**. Afinal, a internet nada mais faz do que vocalizar correntes de opinião conflitivas, tanto as politicamente progressistas, ligadas à defesa da pluralidade e da tolerância, como as visões de mundo preconceituosas.

Viu-se, em 2013, que a internet deu voz a minorias e abriu debate para discussões importantes, antes silenciadas. Mas, junto com a exposição, veio a intolerância com o diferente, seja essa diferença expressa por origem, religião, raça, gênero ou opção sexual. **Em 2015, com os escândalos de corrupção política, o cenário agressivo se acentuou, abrindo espaço para opiniões mais extremas e elevando significativamente o grau de intolerância**. A internet virou frente de batalha – e essas discordâncias, em alguns casos, chegaram às ruas na forma de agressões físicas, ofensas verbais e até na recusa em prestar serviços a pessoas de opiniões divergentes.

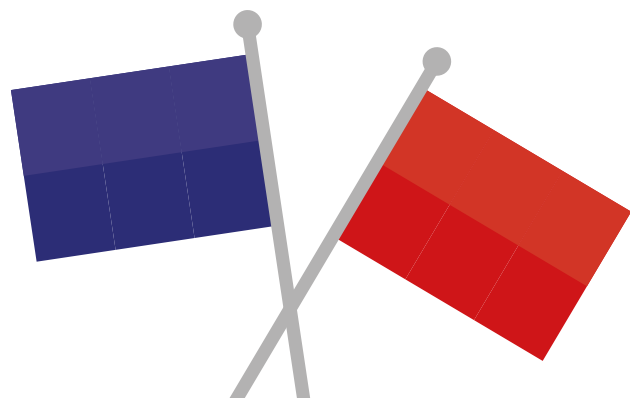
Fatos recentes desembocaram em um cenário de polarização política e ampliaram o potencial de conflitos em redes sociais.

- ✓ A cisão do País em dois times, simbolizados pelas candidaturas de Dilma e Aécio à Presidência da República, em 2014.
- ✓ Ampla e intensa indignação contra a corrupção no poder público, revelada por investigações de grande repercussão nacional (como as operações Zelotes e Lava Jato) e que resultaram em perda de legitimidade do Governo Federal.
- ✓ Pautas de caráter conservador no Congresso, como o projeto da “Cura Gay” e o Estatuto da Família, que propõe a união heterossexual como a única estrutura familiar legítima e com direito de acesso aos benefícios propostos em lei.

É um contexto propício à emissão de opiniões extremadas. Os **constrangimentos sociais** que levariam a uma modulação do discurso **parecem ter se atenuado**, permitindo que os **mecanismos de autocontrole presentes nas relações face a face tenham sido deixados de lado em diálogos de internet**, abrindo espaço para comentários racistas e sexistas.

“Se você reúne todas essas pessoas em um café e pede que elas discutam sobre o assunto, elas vão escolher as palavras, vão escolher tanto a forma quanto o conteúdo das mensagens que querem trocar. Já na internet, não. Batem boca com alguém, escrevem xingamentos, chamam de burro e de idiota, porque sabem que aquilo não vai ter uma consequência que de fato interfira nas suas vidas.”

Nathalia Ziemkiewicz, sexóloga e jornalista, Pimentaria



Entre os participantes dos grupos de discussão, quase todos disseram já ter passado por situações desconfortáveis depois de uma determinada publicação ou posicionamento, em geral nas redes sociais (e especialmente no Facebook). **E as diferenças entre as redes sociais voltam a ser destacadas pelos jovens. Em geral, não se lembram de episódios agressivos tão explícitos quanto os que visualizam hoje no Facebook em redes sociais de menor escala, como o Orkut, por exemplo.**

“No Orkut as pessoas se falavam mais pessoalmente. E todo mundo amava Deus. No Face todo mundo é ateu.”

(Brasília, 16-19 anos, classes A e B)

Os principais motivadores de conflitos em redes sociais

- ✓ **Homofobia**
(mencionado principalmente por meninos e pelos jovens de São Paulo, Recife e Belém)
- ✓ **Racismo**
- ✓ **Origem/Região**
(citado somente nos grupos de Belém e Recife)
- ✓ **Gênero/Machismo**
(mencionado pontualmente por mulheres em São Paulo e Brasília)
- ✓ **Religião ou filosofia de vida**
(citado por todos os grupos, nem sempre em função de situações vividas por eles próprios)

“Sou gay e frequentemente sofro preconceito online nas postagens que faço com meu companheiro.”

(Recife, 16-19 anos, classes A e B)

“Sempre que comento algo, sou julgada pela minha origem. Se for algo bom, dizem ‘poxa, você até é inteligente para uma nordestina’. Se for ruim, dizem ‘ah, só podia ser nordestina’.”

(Recife, 16-19 anos, classes A e B)

“No Facebook, em um grupo em que apontei um elemento machista em um filme, o cara me mandou uma mensagem dizendo que eu era feminazi, merecia apanhar e ser estuprada.”

(Brasília, 16-19 anos, classes A e B)

“É maior online do que na vida real porque as pessoas têm mais coragem quando não estão cara a cara.”

(Brasília, 16-19 anos, classes A e B)

“Sempre digo para a minha companheira não se expor na internet, porque as pessoas não se identificam, mas a identificam. Eu prefiro ser discreta em tudo e fazer apenas o necessário usando a internet.”

(Recife, 16-19 anos, classes A e B)

A segurança na internet é tema que merece atenção, mas sem que isso deslize em direção ao chamado 'pânico moral', em que as atividades online passam a ser vistas como ameaça constante para crianças e adolescentes.

A questão foi retomada nesta segunda edição do estudo. Para os entrevistados, **só enxerga a internet como 'terra de ninguém' quem tem uma concepção simplista da rede**, entendida por essas pessoas (que em geral tem menor repertório de uso das ferramentas de conexão) como um universo isento de qualquer tipo de regulamentação.

“Em geral, são pessoas menos conectadas e envolvidas com internet que abraçam facilmente a ideia de que a internet é um risco, que está cheia de pedófilos querendo pegar seu filho. É um pouco aquela visão dos anos 80 e 90 de que todos os males vêm da TV, agora todos os males vêm da internet.”

Inês Vitorino, socióloga, professora da Universidade Federal do Ceará

A internet cria oportunidades de aprendizado e de relacionamentos e **os riscos são inerentes à iniciativa de experimentar esse universo de novas possibilidades**. Parte dos jovens ouvidos nos grupos de discussão demonstrou a percepção de uma impunidade nas relações online que justificaria a falta de respeito generalizada. Assim como na primeira edição do estudo, esse fato revela que **ainda é necessário fortalecer um processo de educação de usos e limites das ferramentas online para que se possa desfazer essa representação da internet como o lugar do anonimato e da ausência de regras**.

Os **jovens sabem muito pouco como se defender ou agir em casos de violência ou quando são ameaçados virtualmente**. Alguns deles até já ouviram falar de leis que regulam crimes virtuais, mas **desconhecem as questões práticas: onde e com quem procurar ajuda?** É, portanto, fundamental reforçar que existem instâncias às quais se pode recorrer, em casos de abuso, crimes, ofensas.

“Esse medo você vence com a informação. Porque você tem como se defender, você tem lugares para denunciar. Você tem como identificar a pessoa que está agredindo você. Você tem instâncias nas redes sociais que você pode acionar. Você só precisa conhecê-las.”

Mario Volpi, educador, especialista em políticas públicas, UNICEF

A maior parte dos entrevistados nos grupos de discussão acha que a autoridade competente nesses casos são os administradores dos sites, mas poucos recorrem a denúncias por não acreditarem em sua eficácia. **A percepção é que não terão qualquer tipo de retorno**.

E esse desconhecimento acaba levando a uma postura pouco cuidadosa em relação às vulnerabilidades da internet em sentido mais amplo. Essa despreocupação com aspectos por eles considerados 'técnicos' fica evidente quando se investiga o comportamento dos jovens em relação a dois aspectos importantes, como entender os termos de uso dos sites em que se cadastram e dos aplicativos que baixam e como se protegem de cookies e arquivos de rastreamento de navegação.

Exemplos de instituições a quem se pode recorrer em caso de agressão ou violência virtual

- ✓ Ouvidorias do Facebook, do Google e de grandes portais.
- ✓ Espaços de denúncia no site da Safernet, administrado em cooperação com o Ministério Público e a Polícia Federal (www.safernet.org.br).
- ✓ Serviço do Disque 100, da Secretaria de Direitos Humanos, para casos que requeiram a proteção de crianças e adolescentes.



Com relação aos termos de uso:

- ✓ Praticamente nenhum entrevistado lê os termos de uso: apenas concorda e prossegue a navegação.
- ✓ Um ou outro afirma ler por cima para ver se há algum pagamento envolvido no uso do site.
- ✓ Nenhum deles deixa de acessar qualquer conteúdo por não ler os termos de uso.

“Eu não ligo, e não deixo de acessar nada por causa disso.”



(Recife, 16-19 anos, classes A e B)

Com relação aos cookies e arquivos de rastreamento de navegação:

- ✓ Apesar de muitos considerarem ‘um pouco chato’, não chegam a se preocupar com tais dispositivos.
- ✓ Alguns avaliam que o arquivo de informações pode ajudá-los na busca de assuntos correlatos e também na segurança, pois é sempre possível encontrar quem postou o que por meio do rastreamento do endereço de IP.
- ✓ Entre os que optam pela navegação anônima, a principal motivação é evitar a exposição a propagandas.

“A verdade é que o que tem que acabar, para todos nós, jovens e adultos, é o medo do anonimato: não existe anonimato na internet. Mesmo esses hackers supersofisticados que operam em uma banda da internet que eles chamam de sombra, mesmo esses não têm garantia de anonimato, dá para chegar neles. E nós, os simples usuários, que temos um ID, nós somos localizados facilmente.”

Mario Volpi, educador, especialista em políticas públicas, UNICEF

Reforçando a percepção de que o inimigo mora ao lado, os jovens demonstram ter uma maior percepção dos perigos da troca de mensagens e imagens de caráter sensual. Apelidada pelos americanos de ‘sexting’ (uma referência ao sexo por mensagem instantânea), foi popularizada entre a juventude conectada brasileira pela frase ‘manda nudes’ – desdobrada, inclusive, em muitas versões de memes, como nos exemplos abaixo:

Manda Nude



Embora os entrevistados não admitam enviar ou compartilhar esse tipo de conteúdo, todos afirmam conhecer alguém que o fez. E, de certa forma, a quebra do vínculo de confiança representada pela 'viralização' dessas imagens e mensagens parece algo esperado. Nesse sentido, a indiscrição é até mais facilmente compreendida do que a ingenuidade de quem envia o material. Agir com más intenções choca menos do que o ato de enviar as fotos ou vídeos – esse sim pesadamente julgado.

“Eu não acho nada normal. Não troco fotos com meu namorado. Hoje estou com ele, e amanhã? O povo é muito conto de fadas.”

(São Paulo, 16-19 anos, classes A e B)



“O primo do meu namorado pede para as meninas escreverem o nome dele no seio, aí tira foto e bota como capa. Eu acho isso ridículo.”

(Recife, 16-19 anos, classes C e D)



“Às vezes você manda só para a pessoa sair do seu pé.”

(Recife, 16-19 anos, classes C e D)



Entre os poucos que reconhecem já ter compartilhado imagens recebidas, todos tentam justificar a iniciativa como meio de punir um comportamento que consideram inadequado.

“As pessoas dão mais atenção para as meninas que foram expostas e não para os meninos que mandam. Deveria ser igual, mas não é.”

(Curitiba, 20-24 anos, classes A e B)



“Não é uma atitude louvável. Quem tira as fotos não se respeita e quem as compartilha é pior ainda.”

(Brasília, 16-19 anos, classes A e B)



É nesse mesmo contexto que se inserem as apreensões em relação ao bullying, expressas em especial pelos entrevistados mais jovens, entre 15 e 19 anos. Apesar de frequentemente confundido com ofensas praticadas individualmente, muitos não parecem entender o cyberbullying ou os trolls como ações de grupos organizados, de muitos contra um, podendo envolver, inclusive, pessoas que sequer conhecem a vítima.

Observado por todos e vivido por alguns, o bullying é percebido como uma versão mais brutal da 'zoeira', uma 'maldade das pessoas', potencializada pelo anonimato que a rede oferece e que se torna cada vez mais corriqueiro.

	2015	Explorador iniciante	Explorador intermediário	Explorador avançado
O ambiente da internet inibe a prática de bullying	5,6	5,4	5,7	5,8

	2015	Gênero		Idade		
		Masculino	Feminino	15-19	20-24	25-29
O ambiente da internet inibe a prática de bullying	5,6	5,6	5,5	5,5	5,6	5,5

	2015	Escolaridade			Classe			
		Fundamental	Médio	Superior	A	B	C	D
O ambiente da internet inibe a prática de bullying	5,6	5,7	5,7	5,2	5,2	5,5	5,7	5,3

Quando avaliada sob a ótica de diferentes aspectos demográficos, a capacidade da internet de inibir a prática de bullying é considerada baixa por todos eles. Os maiores índices de discordância foram registrados, mais uma vez, entre as meninas e os representantes da classe D.

“A diferença da zoeira para o bullying é que com o bullying a pessoa realmente está sofrendo pelo que está acontecendo.”

(Recife, 16-19 anos, classes A e B)



“É uma parada que todo mundo pode ver que você está sofrendo algo, não tem controle.”

(Curitiba, 20-24 anos, classes C e D)



Ainda com relação ao uso da internet, em especial das redes sociais, para praticar bullying, **chamam a atenção, entre os jovens ouvidos nos grupos de discussão realizados em Belém e em Brasília, os relatos sobre violência offline iniciada de forma virtual.** Discussões e provocações que começam em sala de aula migram para as redes sociais e, delas, voltam para as ruas, em brigas físicas. Em Belém, a rivalidade entre escolas públicas exacerbou-se a ponto de requerer monitoramento policial para garantir um ambiente sem brigas ou agressões físicas.

“É tipo assim, você está no colégio de manhã e você vê uma pessoa da mesma sala. Você está em um canto da sala e ela está no outro. Aí você vai para casa e já começa uma treta no Facebook, já começa a falar mal do outro, pelo chat mesmo. Vai provocando: ‘você é aquilo, aquilo outro’. E aí já começa uma treta para, no outro dia, a briga já estar marcada.”

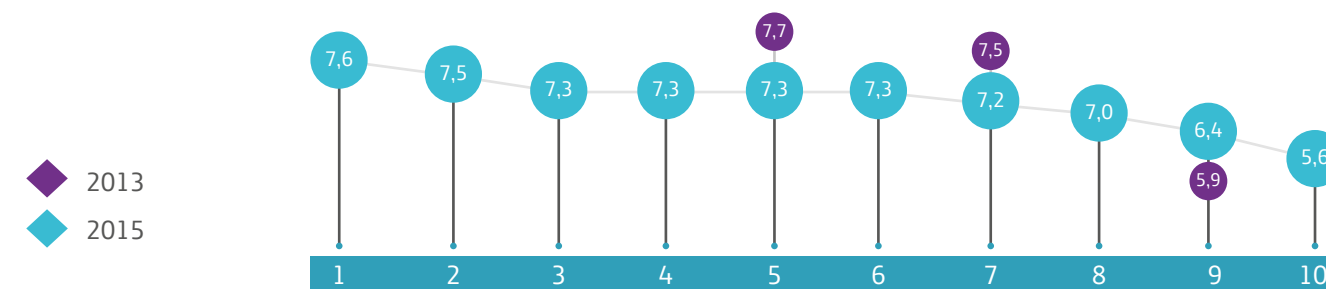
(Brasília, 16-19 anos, classes C e D)



Evolução de aprendizados

No que diz respeito ao comportamento online, pouco mudou

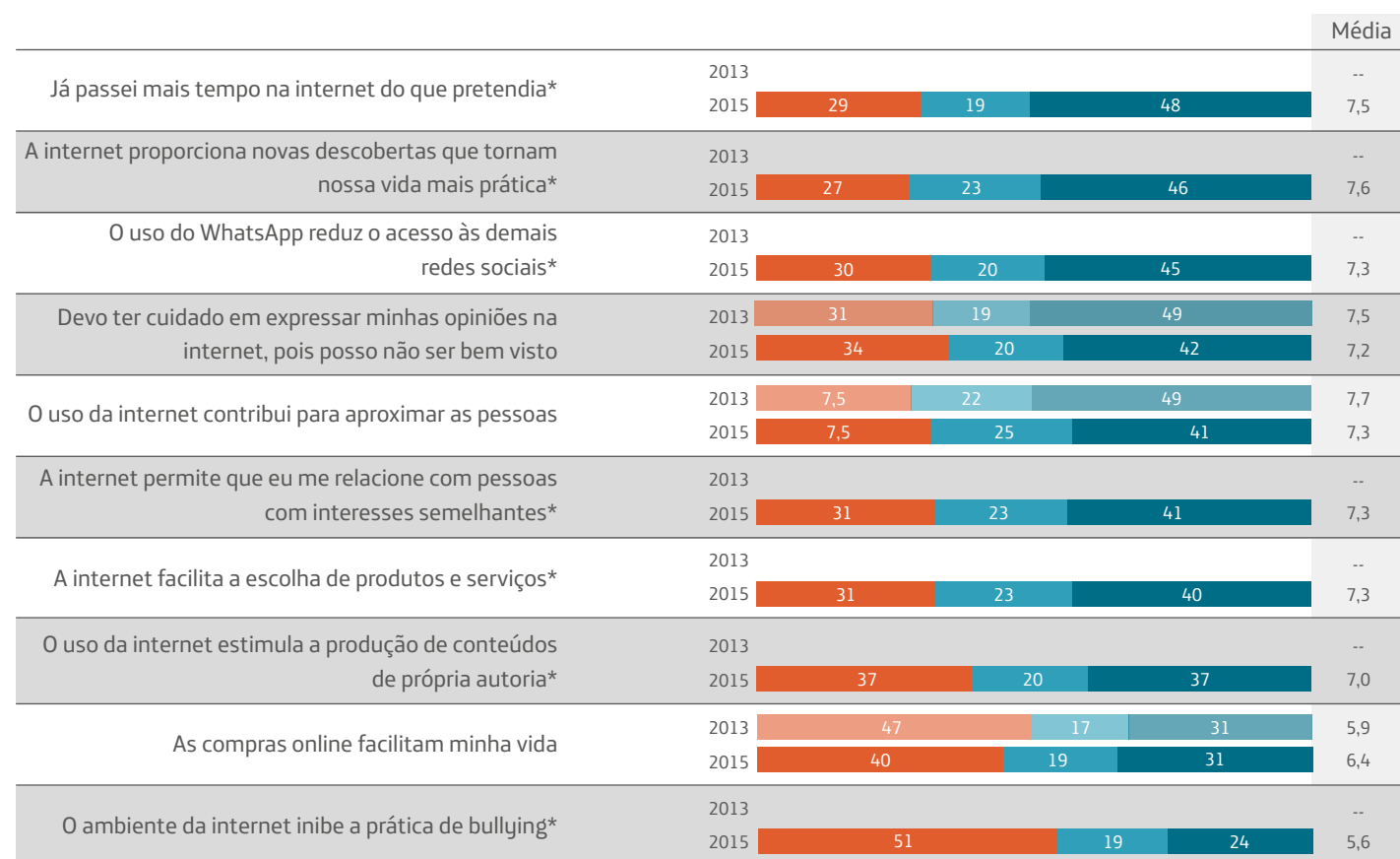
Uma comparação das percepções e atitudes declaradas pelos jovens entrevistados durante as etapas quantitativas das duas edições do estudo Juventude Conectada mostra que **não há movimentações significativas quanto aos aspectos que dizem respeito ao comportamento online**, como fica claro ao observar as médias dos índices de concordância para cada questão, pontuadas no gráfico abaixo:



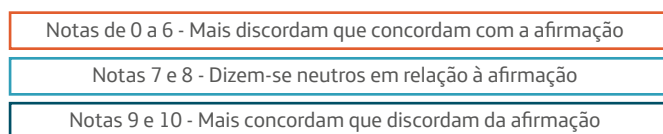
- 1- A internet proporciona novas descobertas que tornam a nossa vida mais prática
- 2- Já passei mais tempo na internet do que pretendia
- 3- A internet permite que eu me relacione com pessoas com interesses semelhantes aos meus
- 4- O uso do WhatsApp reduz o acesso às demais redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram etc.)
- 5- O uso da internet contribui para aproximar as pessoas
- 6- A internet facilita a escolha de produtos e serviços porque as pessoas compartilham suas avaliações
- 7- Devo ter cuidado ao expressar minhas opiniões na internet, pois posso não ser bem visto
- 8- O uso da internet estimula a produção de conteúdos de própria autoria
- 9- As compras online facilitam a minha vida
- 10- O ambiente da internet inibe a prática de bullying (piadas, apelidos, ofensas, intimidação, discriminação etc.)

* Como os questionários foram alterados da primeira para a segunda edição, algumas perguntas foram retiradas e outras novas foram inseridas (saiba mais sobre essas alterações no anexo da pág. 225).

Essa manutenção de percepções e atitudes também pode ser mais bem compreendida no gráfico a seguir, que delimita os percentuais da amostra que mais discordaram das afirmações (notas de 0 a 6), declararam-se neutros em relação a elas (notas 7 e 8) e que mais concordaram com elas (notas 9 e 10).



* Questões inseridas na segunda edição do estudo



Eu moro muito longe, sozinho

As disparidades de acesso ainda se concentram na periferia (tanto em termos geográficos quanto de classe)

A percepção dos especialistas ratifica os achados da pesquisa quantitativa realizada com os jovens. Esses resultados indicaram o **impacto das desigualdades regionais e de renda nas condições de uso da internet**. Em um cenário de internet predominantemente móvel, com a ascensão do celular como principal dispositivo de conexão, as **condições financeiras de acesso ao wi-fi e aos planos de dados são o elemento decisivo para o grau de autonomia do jovem e, diretamente, do aprofundamento de seu repertório de navegação**.

Classes A e B:

- Planos pós-pagos de dados de internet, em geral pagos pela família
- Acesso ao wi-fi em casa e na escola
- 24 horas conectados, uso contínuo da internet

Classes C e D:

- Planos pré-pagos, com tempo de conexão limitado
- A maioria não tem wi-fi em casa
- Uso mais pontual da internet também como reflexo da dependência de lanhouses e da infraestrutura precária de informática das escolas públicas

“Em outras pesquisas que já fizemos, identificamos que os adolescentes mais pobres são os que pagam mais caro pela internet. Isso porque, no lugar de comprar um pacote, eles pagam avulso, seja comprando horas de acesso na lanhouse ou utilizando o pré-pago, que é sempre mais caro.”

Mario Volpi, educador, especialista em políticas públicas, UNICEF

As **desigualdades regionais também dizem respeito à infraestrutura de telecomunicações do País**, que se reflete diretamente na cobertura e na velocidade da internet a que os cidadãos têm acesso. Dados da Anatel comprovam que a região Norte é, de fato, a que conta com a menor velocidade de banda larga no Brasil, o que não se restringe às cidades menores, chegando a incluir as capitais.

As diferenças entre as classes e entre as regiões são tão relevantes no Brasil que alguns especialistas ouvidos pelo estudo consideram mais apropriado falar em “juventudes conectadas”, no plural.

“Você anda 3km fora do centro de Manaus e não pega mais nada. O sinal é uma barrinha ali. Então a qualidade do acesso dificulta muito essa presença constante na internet.”

Mario Volpi, educador, especialista em políticas públicas, UNICEF

“Às vezes, a restrição de sinal nem é só no Norte do Brasil, mas também nas periferias urbanas.”

Larissa Alves, mobilizadora social do Porvir/Instituto Inspirare

Os resultados do estudo quantitativo, com base no índice de frequência/tipos de uso da internet, são, para nossos intérpretes, uma boa evidência do cenário brevemente exposto anteriormente. A maioria de exploradores iniciantes está concentrada justamente no maior extrato socioeconômico brasileiro, que é a classe C. Em termos regionais, os exploradores avançados concentram-se, não por acaso, na região Sudeste, que exhibe a melhor cobertura de sinal e velocidade de internet.

Leia mais sobre os três perfis de navegação e suas peculiaridades na pág. 37.

“Conseguir colocar a classe C como *light user* já é um avanço enorme. A gente conseguir fazer chegar no Nordeste e no Centro-Oeste também. Mas ainda assim esses jovens não têm tanta estrutura para conseguir ser um *medium* ou um *heavy user*, embora eu ache que esse é o caminho que eles vão seguir.”

Camila Achutti, embaixadora do Technovation Challenge no Brasil

“Acho que à medida que isso fica mais comum, as outras classes sociais, as outras populações vão usar mais. Acho que é uma questão de tempo apenas. É uma questão de facilidade, quanto mais a internet ficar barata, mais acessível será o 4G.”

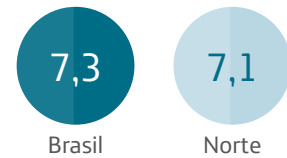
Edgard Barki, professor de empreendedorismo social da Fundação Getúlio Vargas

Peculiaridades regionais

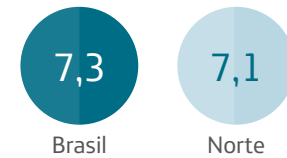
Região Norte



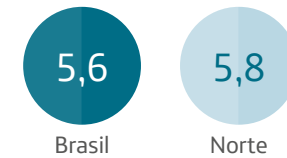
São os que **menos concordam** que a internet **propicia relacionamentos** com pessoas de interesses similares



São os que **menos concordam** que é preciso **tomar cuidado com as opiniões** emitidas online



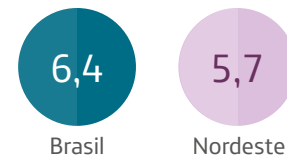
São os que **mais concordam** que a internet **inibe o bullying**



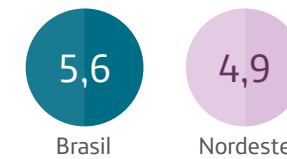
Região Nordeste



São os que **menos concordam** que as **compras online** **facilitam** a vida



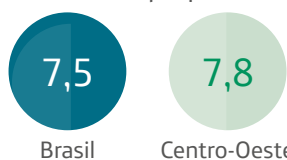
São os que **menos concordam** que a internet **inibe o bullying**



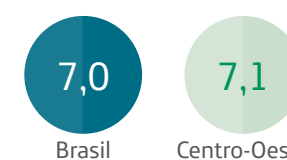
Região Centro-Oeste



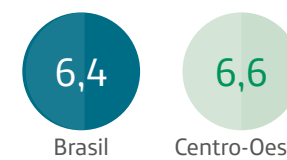
São os que **mais concordam** ter **passado mais tempo** na internet do que pretendiam



São os que **mais concordam** que a internet facilita a **produção de conteúdos próprios**



São os que **mais concordam** que as **compras online** **facilitam a vida**

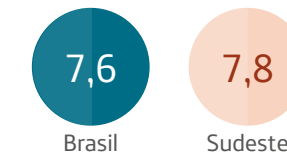


Região Sudeste

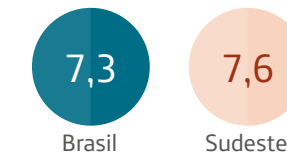


Apresenta índices de concordância altos para as questões de comportamento, posicionando-se acima da média em todas elas.

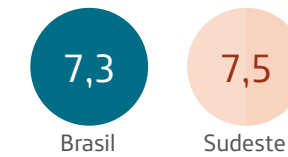
São os que **mais concordam** que a internet **proporciona descobertas** que tornam a vida mais prática



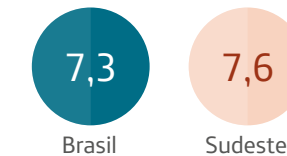
São os que **mais concordam** que a internet **propicia relacionamentos** com pessoas de interesses similares



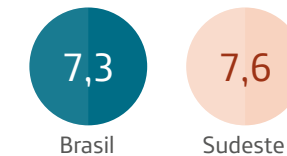
São os que **mais concordam** que a internet ajuda a **aproximar as pessoas**



São os que **mais concordam** que é **preciso tomar cuidado** com as opiniões emitidas online



São os que **mais concordam** que a internet **facilita a escolha de produtos e serviços** porque as pessoas compartilham suas avaliações

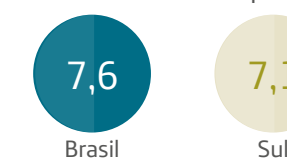


Região Sul

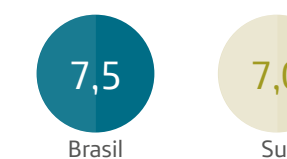


Apresenta índices de concordância baixos para as questões de comportamento, posicionando-se abaixo da média em todas elas (com exceção da questão relativa ao bullying)

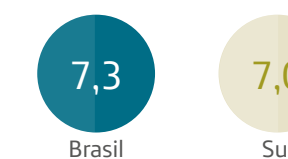
São os que **menos concordam** que a internet **proporciona descobertas** que tornam a vida mais prática



São os que **menos concordam** ter passado **mais tempo** na internet do que pretendiam



São os que **menos concordam** que o uso do **WhatsApp** **reduz o de outras redes sociais**



São os que **menos concordam** que a internet ajuda a **aproximar as pessoas**



São os que **menos concordam** que a internet **facilita a escolha de produtos e serviços** porque as pessoas compartilham suas avaliações



Uma pedagogia de bits para a juventude conectada



Educação

Luciano R. L. Meira

Luciano Meira é Ph.D. em educação matemática pela Universidade da Califórnia (Berkeley/EUA), mestre em psicologia cognitiva e bacharel em pedagogia. Atua como professor adjunto de psicologia na Universidade Federal de Pernambuco, professor colaborador do mestrado em design de artefatos digitais do C.E.S.A.R (Centro de Estudos e Sistemas Avançados do Recife) e coordenador de ciência e inovação da Joy Street, uma empresa de tecnologias educacionais lúdicas do Porto Digital.

Uma pedagogia de bits para a juventude conectada

A imersão dos jovens em ambientes digitais acessíveis por dispositivos móveis observou enorme crescimento nos últimos anos. Nos Estados Unidos, por exemplo, enquanto o tempo médio dedicado à TV manteve-se praticamente estável entre 2010 e 2014 (4,41 horas e 4,38 horas diárias, respectivamente), o uso de smartphones e tablets para acesso à internet tornou-se comum no cotidiano de parcelas cada vez maiores da população, saltando de apenas 24 minutos por dia para 2,8 horas por dia no mesmo período. Trata-se de uma tendência global, confirmada no Brasil pelos dados das pesquisas relatadas nesse documento. Aqui o uso diário de smartphones é maior que a média mundial (84 vs. 74 minutos/dia, respectivamente, segundo dados da Worldwide Independent Network), mesmo considerando que apenas 28% da população brasileira possui esse tipo de dispositivo.

eMarketer, 2014;
http://bit.ly/1mCe39I

2013;
http://bit.ly/1RDxula
ComTech, 2015;
http://bit.ly/18AV4JV

2015,
http://tcrn.ch/1gkNxf2

2014,
http://bit.ly/1ht844S

Igualmente importante, sites e serviços na web não são mais os principais alvos do acesso móvel entre usuários de smartphones e tablets. O uso de aplicativos (“apps”), principalmente nos smartphones, já é muito superior em relação à “www” tradicional. Segundo estimativa recente da Flurry Analytics, os estadunidenses despendem mais de duas horas diárias com o uso de aplicativos, contra menos de 30 minutos de acesso à web. No Brasil, 85% dos jovens brasileiros entre 15 e 29 anos de idade acessam a internet com mais frequência pelo smartphone (Juventude Conectada, 2015). Também não é novidade o uso intenso que os brasileiros fazem de redes sociais virtuais: o WhatsApp, por exemplo, tem cerca de 38 milhões de usuários em nosso País.

O uso de aplicativos em dispositivos móveis já é um fenômeno mundial. Existem hoje cerca de 3 bilhões de itens disponíveis para download na Google Play (para usuários de smartphones Android) e Apple Store (para usuários de iPhone) combinadas, sendo que esta última já registrou um total de 100 bilhões de downloads desde seu lançamento em 2008. Em relação a esse ponto, é interessante notar que, de acordo com esta segunda edição do estudo Juventude Conectada, a sensação de segurança entre os usuários brasileiros é maior justamente quando envolvidos em atividades mais simples, como baixar itens das lojas de aplicativos (oficiais ou alternativas), ou ainda quando usam a internet para a inscrição em concursos ou provas (lembrando que o ENEM e muitos concursos públicos oferecem apenas a inscrição online).



Saiba mais sobre a etapa PerguntAção na pág. 189.

Statista, 2015;
http://bit.ly/1lJHtz

Flurry, 2012;
http://bit.ly/1Lquymz

Lealdade por Categoria de Aplicativo



Saiba mais sobre a pesquisa qualitativa na pág. 18.

Os números correspondentes a aplicativos educacionais não são menos impressionantes, visto que ocupam o terceiro lugar no ranking da Apple Store, com cerca de 10% de todos os downloads, menor apenas que jogos e aplicativos de produtividade. Apesar disso, na média, os aplicativos educacionais não engajam seus usuários de maneira tão intensa quanto os jogos e aplicativos de comunicação como o WhatsApp, por exemplo. Na matriz de engajamento mostrada ao lado, os aplicativos de educação são menos frequentemente acessados (o eixo vertical mostra a frequência de uso semanal, de 1 a 9 vezes) e mais rapidamente abandonados (o eixo horizontal mostra a taxa de manutenção do aplicativo no smartphone, nas várias categorias) em relação a aplicativos em categorias tais como “notícias”, “redes sociais”, “esportes”, “clima” e “jogos”.

Além disso, os setores envolvidos com a educação formal no Brasil não tem acompanhado os avanços tecnológicos reportados acima com a mesma velocidade e fluência do mundo fora da escola. Em Pernambuco, por exemplo, como em outros seis estados do País, a Assembleia Legislativa aprovou recentemente lei segundo a qual é “proibido o uso de aparelhos celulares e equipamentos eletrônicos nos estabelecimentos de ensino públicos ou privados” (Alepe, 2015). Há problemas com essa abordagem, pois, ao subtrair o acesso à cultura de mídias, perpetuamos uma escola cega às modalidades de engajamento social e alheia aos modos de aprendizagem próprios das crianças e jovens. Diferentemente do mundo fora da escola, o mundo real da escola aliena os artefatos e atividades da cultura digital na qual os alunos são nativos e hiperconectados, em favor de uma cultura didática fundada em práticas anacrônicas de ensino. Muitos dos dados da pesquisa Juventude Conectada apontam precisamente para essa questão, que resumo pela fala de uma das entrevistadas na pesquisa qualitativa:

“Muitas vezes, aquilo que você não entendeu em sala de aula, você consegue entender melhor na internet. Explica melhor, com as nossas palavras. Explica do jeito que a gente fala.”

(Curitiba, 20-24 anos, classes C e D)

É importante também observar a rápida renovação tecnológica que envolve o mundo digital populado pelos dispositivos móveis. Por exemplo, ao listar os seis sistemas operacionais disponíveis em países europeus nos quais realizou estudo sobre o impacto de tecnologias móveis sobre a aprendizagem, Attewell (2005) certamente não previa que apenas cinco anos depois todos os tais sistemas estariam descontinuados e fora do mercado.

Em outro artigo, de apenas cinco anos atrás, Deegan & Rothwell (2010) se ocuparam de sistemas pedagógicos fundados numa ecologia de PDAs (*personal digital assistants*) e SMS (*short message service*). Mas, ainda que existam aplicações SMS em uso, principalmente em países em desenvolvimento ou áreas sem rede confiável de transmissão de dados e smartphones, a tecnologia de PDA foi largamente descontinuada no mesmo ano de publicação do artigo.

Por outro lado, entendo que o problema central para a educação contemporânea e para a formação do jovem conectado não é a tecnologia *per se* ou a velocidade de suas transformações, mas o desenho de uma nova pedagogia baseada em cenários dinâmicos, dialógicos e desafiadores de aprendizagem na cultura digital. Assim, por exemplo, existem ainda poucos arranjos didáticos amplamente utilizados na sala de aula com foco em aplicativos ou jogos digitais. Embora, como já vimos, apps e games façam parte do cotidiano dos jovens fora da escola, o Juventude Conectada 2015 revela que menos de 20% dos jovens entrevistados tiveram contato com esses artefatos no âmbito da escola.

Desde Paulo Freire e mesmo John Dewey, muitos autores já sugeriram a falência dos modelos monolíticos de ensino que valorizam sobretudo a “transmissão do conhecimento”, a “absorção de informação”, a “retenção da aprendizagem”, a “seriação” como modo de hierarquização de conteúdos e o “controle” como modo de hierarquização de pessoas e papéis na sala de aula. A aula baseada nessas metáforas tem sido apontada como restritiva, desinteressante aos propósitos de alunos e professores, além de responsável por parte da falência da sala de aula como ambiente de aprendizagens significativas e perenes. Como efeito disso, observe-se o pessimismo dos jovens em relação à transformação de seus professores em “tutores da aprendizagem”, numa relação mais próxima e dialogada: na etapa quantitativa, a afirmação “no futuro, com a internet, o professor passará a ser mais um orientador de estudos/tutor” foi, em toda a pesquisa, a que obteve menor unanimidade. Entretanto, mesmo modos mais flexíveis e dinâmicos de ensino podem não contribuir para a emergência de um ambiente educacional de alto desempenho e engajamento dos alunos, caso a escola não se torne mais permeável às expressões culturais contemporâneas, às formas de vida próprias dos jovens e às preocupações mais comuns e atuais dos seus professores.

Leia mais sobre as principais atividades que os jovens realizam online nas págs. 24 a 36.

De fato, o centro de algumas das manifestações mais autênticas e legítimas da juventude na atualidade se espelham na cultura digital, em arranjos sociais construídos nas redes sociais, na mobilidade da comunicação, na diversão como meio de aprendizagem. Mas, como orquestrar estes ambientes, artefatos e processos inovadores no contexto educacional da escola?

Recentemente (Meira, 2014), propus quatro dimensões interdependentes de atuação pedagógica para a incorporação da cultura digital e da inovação tecnológica na educação acadêmica. Essas dimensões são articuladas no que denomino uma pedagogia de bits, cujo propósito é contribuir para o desenho de um projeto inovador de educação com foco na cultura digital. Essa nova pedagogia envolve práticas centradas na criação de (a) experiências imersivas em plataformas digitais de aprendizagem; (b) redes sociais centradas no diálogo; (c) práticas didáticas inovadoras por meio do uso de aplicativos móveis; (d) inteligência educacional derivada da informação gerada pela imersão dos sujeitos em plataformas, redes e aplicativos.

Explico a seguir em algum detalhes o significado de cada uma dessas dimensões.

Experiências imersivas de aprendizagem

Tradicionalmente, a escola tem se ocupado do ensino na forma da apresentação de conteúdos. Tal prática, essencialmente monológica, com o professor no centro da “transmissão de conhecimento”, produz um divórcio entre o ensino e a aprendizagem, como se esta última fosse menos responsabilidade da escola. Por outro lado, a missão mesmo da escola deveria ser a criação de ambientes imersivos de aprendizagem, capazes de fomentar o interesse dos alunos pelos conteúdos do currículo e seu engajamento em modalidades diversificadas de produção de sentidos. Físicos ou digitais, esses ambientes funcionariam como plataformas nas quais “plugamos” inovações didáticas inspiradas na cultura de mídias, cuja linguagem está no imaginário e no cotidiano dos alunos. Por exemplo, o uso de processos de “gamificação” (a aplicação da arquitetura e elementos do mundo dos games a ambientes que não são jogos originalmente) pode ajudar a transformar a vida escolar em uma aventura imersiva de aprendizagem, como o faz a Quest to Learn (EUA, <http://www.q2l.org>), uma escola estadunidense cujas aulas são planejadas com foco na ludicidade e narratividade típicas dos videogames. Na perspectiva das plataformas digitais, é interessante observar o impacto alcançado pelos MOOCs (*Massive Online Open Courses*) e o engajamento promovido pelas plataformas lúdicas de aprendizagem, com foco no uso de jogos digitais para a construção de competências acadêmicas. Nessa direção, considero emblemático o caso da Olimpíada de Jogos Digitais e Educação (OJE, <http://www.joystreet.com.br>), uma competição colaborativa em rede que usa jogos digitais e estratégias de “gamificação” para engajar alunos dos ensinos fundamental e médio no desenvolvimento de competências e habilidades avaliadas pelo ENEM (Exame Nacional do Ensino Médio) pela Prova Brasil.

Diálogo em redes sociais

A segunda dimensão trata do reconhecimento do diálogo como matriz de aprendizagens significativas e da participação legítima de alunos e professores na vida escolar. A escola é basicamente um conjunto de microrredes de interação presencial, com enorme potencial para a emergência de redes sociais virtuais distribuídas entre alunos, professores, gestores e famílias, no contexto das quais seria possível circular toda a informação prevista nos currículos. O potencial existe porque, fora da escola, tanto os alunos quanto os professores já habitam muitos desses espaços de comunicação e diálogo virtualizados; por exemplo, o Brasil figura entre os países com maior número de usuários e de interações em ambientes como Facebook e YouTube. Existem, claro, questões em debate acerca do uso de redes sociais na escola, da manutenção da privacidade dos alunos à sua eficácia como canal de ensino e aprendizagem. Mesmo assim, ainda que não se usem as redes sociais online para assuntos da escola, parece interessante apropriar-se pelo menos de seu estilo comunicativo, como no caso dos memes (ideia que se difunde rapidamente na internet por meio de imagem ou som) e personagens criados pelos jovens para divertir, informar, argumentar, organizar, aprender.



Exame Info, 2013;
<http://abr.ai/1cqrUvK>;
Conecta/Ibope, 2015,
<http://bit.ly/1Wgn2xV>

Mobilidade e aplicativos

Conforme já apresentado, as estatísticas mais atuais acerca da distribuição de smartphones e do acesso móvel à internet no Brasil são positivamente surpreendentes. Ainda assim, da mesma forma que dificultou a entrada de brinquedos tais como os Tamagotchis na década de 1980, por exemplo, a escola hoje se esforça para limitar o uso da computação móvel em seus espaços, enclausurando os jovens nos “laboratórios de informática”. Alheia à possibilidade de transformar smartphones em instrumentos de uma aventura educacional singular, a escola desconhece a potência dos aplicativos móveis como “veículo” e como “sonda” de uma aventura educacional capaz de articular professores, alunos e conhecimento, a despeito do valor que os jovens atribuem a esses artefatos, como demonstra a pesquisa Juventude Conectada em múltiplas passagens. Como veículo, esses recursos podem conduzir os atores dos sistemas de educação aos milhares de aplicativos úteis à escola e ao ensino, em torno dos quais é possível montar novas práticas didáticas de apoio à aprendizagem (ver, por exemplo, o uso do acelerômetro dos smartphones em uma atividade sobre força centrípeta em <http://bit.ly/1RG9XQw>). Como sonda, essas ferramentas podem devolver-nos o rastro de aprendizagem deixado por seus usuários, com o que criamos inteligência educacional, tópico da última dimensão detalhada a seguir.

e.g., Google Play, 2015;
<http://bit.ly/1tK01X0>

Inteligência educacional

Finalmente, como parte da arquitetura necessária ao entendimento e reinvenção inovadora dos processos de ensino e aprendizagem na escola, temos o monitoramento da atividade de alunos e professores nas camadas de imersão experiencial, diálogo em rede e mobilidade, com a finalidade de gerar conhecimentos sobre desempenhos e competências em formação. Concebida com base em algoritmos para análise de grandes volumes de dados sobre a atividade das pessoas e realizada com o apoio de instrumentos diversos, tais como o Qedu (<http://www.qedu.org.br>), o importante nessa dimensão está na capacidade de agir rapidamente em função da atividade dos alunos e professores nas plataformas de aprendizagem, nas redes sociais e nas nuvens de aplicativos que compõem a nova pedagogia de bits.

Inovação educacional e pedagogia de bits

“Primeiro de tudo, para mim é um momento muito peculiar da história, porque a gente vê imigrantes digitais educando e criando nativos digitais.”

Camila Achutti, embaixadora do Technovation Challenge no Brasil

A pedagogia de bits é uma metáfora para os novos ambientes educacionais e didáticos desenhados e implementados para uma geração de aprendizes imersos na cultura digital. O nome “pedagogia de bits” é, além de uma referência ao campo das ciências da computação (bit é a unidade básica da informação digital), uma forma de nos referirmos a uma ecologia consistente de artefatos digitais com finalidades educacionais, especialmente os aplicativos como unidades básicas do uso de dispositivos móveis. Emprego essa metáfora a fim de articular conceitos atualmente dispersos entre os discursos da educação e das TICs, tais como a própria ideia de uma “tecnologia educacional” ou “jogos educacionais”, apenas para citar duas expressões comuns nesse campo de discursos.

A “gamificação” (aplicação sistemática de elementos e processos do mundo dos jogos em ambientes que em sua origem não são jogos) é um exemplo atual e importante dessa nova pedagogia de bits. De forma complementar, uma pedagogia de bits deve apoiar a concepção e desenvolvimento de aplicativos

eventualmente distribuídos em “condomínios de aprendizagem”, ou pequenas redes presenciais de usuários que trabalham em times na resolução de problemas de interesse comum. O uso de componentes diversos do smartphone, tais como o gravador, a câmera, o acelerômetro, o barômetro, o GPS etc., permite o desenvolvimento de aplicativos que conectam ambientes digitais aos lugares de circulação e convívio dos usuários, apoiando a imersão dos aprendizes em experiências contextualmente relevantes e ricas em sentido. Por exemplo, o uso do GPS em um aplicativo específico de resolução de problemas sobre mapas pode ter como um dos *outputs* a articulação presencial entre usuários próximos dedicados à resolução colaborativa de problemas, fazendo emergir os tais “condomínios de aprendizagem”. Essa abordagem produz “salas de aula” em qualquer lugar e a qualquer tempo, apoiando tanto as práticas de estudo do aluno da escola regular quanto o aprendiz em regime de *home schooling* (ensino domiciliar), ou ainda todos os indivíduos dedicados a práticas de *lifelong learning* (aprendizagem ao longo da vida).

Esses exemplos apontam para uma nova configuração dos processos de aprendizagem frente às mudanças culturais de uma sociedade móvel e conectada. Em vista da possibilidade de construirmos um conjunto de práticas educacionais inovadoras também na escola, tendo por fundamento a cultura de mídias dos jovens, vale a pena refletirmos mais amplamente também sobre o conceito de inovação.

O novo, como algo desconhecido e sobre o qual ainda não temos estratégias bem definidas para realizar escolhas e tomar decisões, emerge continuamente no curso da vida. Deparamo-nos diariamente com pequenas novidades, às vezes grandes, menos ou mais improváveis. Mas apenas algumas dessas novidades se configuram como inovação. Inspirado nas concepções de Schumpeter (1988) e Kelley (2005), entendo inovação como uma novidade capaz de disparar na sociedade a emergência de novas formas de agir e se comunicar, por meio do uso de artefatos, processos e serviços especialmente desenhados e distribuídos a partir de canais de alta performance.

Uma novidade é inovação apenas quando responde a demandas, dialoga com as expectativas e resolve eficazmente problemas experienciados por um grupo



social qualquer. Para tanto, faz-se necessário que a novidade ganhe visibilidade e funcionalidade estratégica por meio de canais (materiais e simbólicos) facilmente reconhecidos pelo público, além de serem dotados de modelos de negócios validados por suas audiências preferenciais. Como consequência, a novidade afetará os comportamentos dos indivíduos como uma inovação, apoiando mudanças em práticas culturais específicas e transformando a vida das pessoas e seus grupos sociais de pertença. Como exemplo, considere o mundo contemporâneo da distribuição de música e a forma como os smartphones são utilizados nesse processo: trata-se de um invento (o próprio smartphone) capaz de acessar um modelo de distribuição de músicas por assinatura via *streaming* (como o Spotify), desejado por um público jovem que consome música em qualquer lugar, na escola inclusive (uma audiência e seus comportamentos específicos).

Uma arquitetura de escola baseada nesses parâmetros de inovação pressupõe um processo contínuo de pesquisa e intervenção.

Assim, os processos de inovação em educação deveriam estar vinculados principalmente à criação de ambientes que incentivem a criatividade, a imaginação e a experimentação imersiva, capazes de capturar o engajamento e o imaginário de alunos e professores.

“Hackear a escola”, nesse caso, é uma expressão dos novos modos de produção de sentidos a partir de dispositivos móveis e uma ecologia de ambientes digitais inovadores na internet e, possivelmente em breve, na chamada “Internet das Coisas”.

Uma estratégia eficaz para realizarmos esse propósito pela via da inovação, “hackeando” a escola ao mesmo tempo em que promovemos sua qualidade e impacto, deveria começar por motivar os agentes de mudança na escola: a família, os gestores, os professores, outros colaboradores diversos, os alunos! Existem, claro, inúmeras maneiras de motivar cada um desses atores para a inovação, mas todas devem partilhar de, pelo menos, os seguintes dois aspectos:

1

Direcionar a mudança – É muito mais fácil mudarmos algo quando tornamos mais precisa a direção da mudança. Por exemplo, podemos estabelecer um caminho no qual nos próximos anos encerramos as atividades de todos os laboratórios de informática das escolas em favor do uso de dispositivos móveis, conectados a uma rede wi-fi. Aliás, o wi-fi já é a forma mais frequente de conectividade entre os jovens fora da escola.

Saiba mais sobre como os jovens se conectam à internet na pág. 21.

2

Encapsular a mudança – É muito mais difícil obter respostas criativas para uma questão sobre como usar dispositivos móveis na escola do que desenhar as mudanças necessárias quando perguntamos sobre como usar smartphones para ensinar sobre a leitura de mapas nas aulas de geografia. A mudança, portanto, tem direção e pode ser realizada aos poucos.

Para finalizar, apresento a seguir uma série de recomendações na configuração da escola, que entendo fundamentais para as mudanças que dialogam de forma produtiva e eficaz com uma juventude conectada.

Recomendações para os educadores

O trabalho com uma pedagogia de bits na perspectiva de “hackear a escola” pede do educador um comprometimento com certas premissas de organização da vida escolar. Resumo a seguir aquelas que, acredito, deveriam estar no centro de nossas atividades educacionais com o jovem contemporâneo. As premissas apresentadas a seguir são inspiradas no paradigma das “pedagogias ativas” e, como tais, são igualmente válidas em ambientes alheios ao uso intensivo das tecnologias digitais referidas neste artigo. Mas é no âmbito da cultura digital, das dinâmicas dialógicas e virais que o uso das TICs reflete nos grupos sociais, especialmente nos jovens conectados, e que os comportamentos discutidos abaixo tornam-se ainda mais intensos, impactantes e necessários para as transformações de que a escola precisa.

Autoria e coautoría

As pedagogias ativas requerem a participação de um sujeito que, de alguma forma, é autor de sua participação no mundo, especialmente em formatos colaborativos. Os jovens aprendizes de hoje são, sobretudo, participantes ativos e responsáveis em relação à heterogeneidade dos discursos com os quais se defrontam cotidianamente. Pensar na condição autoral da aprendizagem significa uma aposta na imersão dos alunos em ambientes de debate, criatividade e argumentação. A sala de aula está há tempo demais estruturada como um monólogo centrado na figura do professor. É importante mudarmos isso redistribuindo entre os alunos as atividades de estruturar informações e produzir sentidos, apoiados por plataformas digitais ou analógicas, como forma de contribuir para os processos de aprendizagem e apropriação de conhecimentos na escola.

Singularidade e personalização

Nossas diferenças nos tornam indivíduos únicos, por isso é essencial reconhecer que também as formas e ritmos de nossa aprendizagem são variáveis.

O futuro da escola dependerá de nossa capacidade de criar e implementar práticas didáticas, talvez apoiadas por plataformas digitais adaptativas, que sejam responsivas às necessidades, competências e ritmos dos diferentes atores envolvidos no processo de aprendizagem. A sala de aula como a conhecemos faliu justamente porque os métodos de “transmissão” da mesma informação para todos não são capazes de engajar a curiosidade dos alunos pelos conteúdos acadêmicos, nem mesmo a curiosidade daqueles menos conectados.

Resolução de problemas e desenvolvimento de projetos

Penso que o foco na resolução de problemas nos ajuda a criar ambientes de aprendizagem fundados na singularidade e na personalização. A chamada “pedagogia de projetos” busca facilitar a emergência de aprendizagens diversificadas e em tempo real, em contextos nos quais educadores e aprendizes trabalham em redes colaborativas. É possível, sob esta orientação, estabelecer um conjunto de conteúdos cuja aplicação numa sequência didática é regulada por demandas emergentes de problemas a resolver. A aprendizagem e os modos de produção de sentidos, neste caso, são em parte orientados pelos propósitos estabelecidos no projeto (por exemplo, o desenvolvimento de um ambiente de jogo em Minecraft) e em parte pelas inumeráveis contingências das relações aqui e agora (por exemplo, as escolhas mais apropriadas em relação a cenários, personagens e ações no jogo).

Engajamento e ludicidade

Nos estudos psicanalíticos de Winnicott (1975) e na filosofia de Huizinga (1980) já se destacavam o papel da brincadeira e do jogo para a formação do sujeito, e do prazer como motor de engajamento em cenários de aprendizagem. Apesar disso, muitos educadores relutam em aceitar a centralidade da diversão na aprendizagem, ou a reservam apenas para as crianças da educação infantil. O jogo e o prazer a ele associado, na forma de videogames por exemplo, apresentam notáveis elementos de engajamento do aprendiz (criança, jovem ou adulto) em situações de aprendizagem diversas. O linguista James Paul Gee

(2005), ademais, argumenta que as aprendizagens realizadas no contexto dos jogos são eficazes porque o jogador aprende numa condição *in time* (quando se faz necessário) e *in situ* (em situações pragmáticas de uso). Imagine, portanto, a pertinência de montarmos correspondências sistemáticas entre elementos do campo dos jogos digitais e as categorias descritivas da escola. Poderíamos, por exemplo, mapear o conceito de disciplina na escola e nos livros didáticos com as jornadas dos videogames. Da mesma forma, estruturar tópicos (ou capítulos) dos livros didáticos como missões a serem cumpridas no contextos de torneios, utilizando novamente e de forma inovadora a ideia das gincanas escolares, dessa vez com foco no desenvolvimento de competências acadêmicas e usando técnicas do mundo dos videogames.

“Educação funciona quando somos estimulados a ver sentido. Precisa ajudar as pessoas a verem sentido em aprender. Por exemplo, eu aprendi muito de história jogando Assassin’s Creed.”

Jovem, grupo de reflexão da etapa PerguntAção

Narratividade

Raramente identificamos nos currículos escolares uma trama condutora que organize os diferentes conteúdos para além de apenas uma lista, ou personagens cuja experiência flui ao longo de um cenário mais ou menos consistente. Numa paráfrase do educador Jorge Larrosa (1994), para quem “o sentido do que somos depende das histórias que contamos a nós mesmos”, diríamos que nossa aprendizagem depende da articulação dos conteúdos numa história que sejamos capazes de contar e recontar. Frequentemente, na escola, mesmo a aula de história é reduzida a uma coleção de fatos desprovidos de um cenário, sem uma trama e sem personagens que ganham vida num enredo com começo-meio-fim. Mas, e se até a aula de química pudesse ser contada em cenários que reinventassem, por exemplo, a saga dos alquimistas em busca da transmutação dos metais inferiores ao ouro ou da obtenção do “elixir da longa vida”?

Para todas essas recomendações, a tecnologia precisa ser pensada como suporte amplificador de mudanças culturais, relacionais e cognitivas. A transformação dos processos de aprendizagem e da escola não é feito da introdução das TICs na sala de aula, mas da articulação entre propósitos pedagógicos, práticas didáticas e potencialidade das tecnologias digitais disponíveis. Desta maneira, seja no campo das políticas públicas ou no microespaço de uma sala de aula, a inovação emerge quando superamos a estrutura monológica da aprendizagem e apostamos na condição dialógica, ativa e imersiva de uma comunidade onde **aprender é experimentação guiada por desafios coletivos**.

6

Educação

Dados da pesquisa



Em suas duas edições, o estudo Juventude Conectada procurou mapear os usos e apropriações das tecnologias de informação e comunicação pelos jovens brasileiros, explorando quatro eixos fundamentais de investigação: comportamento, educação e aprendizagem, ativismo e empreendedorismo.

Para cada um deles, foram elaborados diferentes conjuntos de questões e enunciados que avaliam atitudes e comportamentos em relação aos assuntos abordados, captando as impressões e tendências mais relevantes nas cinco regiões do País.

Educação

Como nossos pais

As novas tecnologias têm impacto muito baixo sobre os modelos de ensino em sala de aula e a dinâmica professor-aluno

A **necessidade de se renovar o modelo de ensino atualmente em vigor foi bastante enfatizada**, tal como em 2013, na primeira edição do estudo Juventude Conectada. **A despeito de iniciativas isoladas, predominantemente no setor privado mas também nas escolas de ensino público, pouco parece ter mudado desde 2013**, quando o Brasil foi classificado no 116º lugar de um ranking apresentado no Fórum Econômico Mundial que avaliava o preparo de diferentes nações para aproveitar o potencial das novas tecnologias para transformar a sua educação.

As **principais críticas** ao modelo atual concentram-se na **relutância em incorporar as novas tecnologias ao ensino** (dentro e fora de sala de aula) e em **regras que tolhem a autonomia dos alunos**:

- ✓ O modelo pedagógico ainda está predominantemente confinado ao espaço da sala de aula.
- ✓ O professor ainda é tratado como a única figura que detém o conhecimento e o transmite, restringindo a autonomia do aluno.
- ✓ As disciplinas ainda são excessivamente segmentadas.
- ✓ A escola ainda adota uma política pouco flexível quanto ao uso de celulares, equipamentos, plataformas e aplicativos em sala de aula.

Nesse cenário, **ainda é pequena a parcela de jovens que tiveram contato com ferramentas tecnológicas voltadas à educação**. Apesar disso, o posicionamento dos jovens entrevistados tanto na etapa quantitativa quanto nos grupos de discussão mostra que **a maioria deles está convencida de que, se tiverem acesso a essas tecnologias, eles podem aprender mais**.

Os vídeos didáticos são o instrumento mais difundido, e também a ferramenta percebida como a com maior potencial de auxílio à educação.

	Já teve contato	Acredita que ajuda aprender...	
		na escola	fora da escola
Vídeo-aula/ vídeos didáticos	42%	48%	45%
Simulados e testes online/exercícios interativos	27%	35%	36%
Sites/portais educacionais abertos ao público geral	27%	30%	34%
Apresentação em <i>Powerpoint</i> e projetores	26%	28%	21%
Computador/tablet distribuído pela escola aos alunos	24%	35%	32%
Cursos à distância	21%	27%	29%
Sistemas/plataformas de ensino oferecidas pela escola	19%	23%	23%
Aplicativos para smartphones ou tablet com conteúdo focado no aprendizado	17%	26%	31%
Games educacionais ou com conteúdo focado no aprendizado	16%	23%	23%
Softwares para computadores/notebooks com conteúdo focado no aprendizado	15%	22%	20%
Aula no laboratório de informática	--	42%	--
Lousa digital em sala de aula	--	29%	--
Índice de multiplicidade:		2,4	3,7
			2,9

A evidência maior dessa necessidade de revisão no modelo padrão do ensino é o **desempenho consistentemente baixo dos alunos brasileiros em testes de português e matemática**, como o Pisa (Programa Internacional de Avaliação de Alunos, da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico – OCDE). Outro indicador contundente é a desmotivação para ir à escola – sobretudo no âmbito público.

“Baixa atenção às aulas, baixa concentração, baixos índices de participação, isso só mostra que o modelo de educação que está posto não está conversando com o jovem e o jovem está percebendo isso e começando a se movimentar.”

Larissa Alves, mobilizadora social do Porvir/Instituto Inspirare

No geral, os jovens entrevistados nesta segunda edição do estudo revelam **alto grau de concordância** (isto é, atribuíram notas elevadas na escala de 0 a 10) com os aspectos relacionados **ao uso da internet para a educação**, principalmente entre os exploradores avançados. **O nível de concordância cai nos aspectos ligados à motivação, às aulas online, à utilização de games e jogos como ferramenta pedagógica e ao uso que os professores fazem das tecnologias de informação e comunicação.**



	2015	Explorador iniciante	Explorador intermediário	Explorador avançado
É mais fácil fazer trabalhos escolares consultando a internet	8,1	7,9	8,3	8,8
A internet ajuda as pessoas a terem acesso a conteúdos atualizados	8,1	7,7	8,3	8,8
A internet permite o preparo e a autoavaliação para provas e testes	7,9	7,6	8,2	8,6
O uso de internet e outras tecnologias de comunicação aumenta a troca de conhecimento entre os alunos	7,8	7,5	7,9	8,6
Vídeos do YouTube podem ser utilizados para auxiliar no aprendizado escolar	7,8	7,5	8,0	8,5
Utilizando a internet, ampliei meus conhecimentos da língua inglesa	7,8	7,5	7,9	8,6
A internet possibilita o acesso ao aprendizado no meu ritmo, local e horário	7,7	7,4	7,8	8,3
Já aprendi coisas úteis para a vida ou para o trabalho na internet que eu não aprenderia na escola/faculdade	7,6	7,1	7,9	8,4
Na internet tem muita informação e sei selecionar o melhor conteúdo/o mais confiável	7,5	7,2	7,7	8,2
Fico mais motivado a estudar com o uso de internet	7,3	7,0	7,6	7,9
Aprendo mais com uma aula presencial do que com uma aula online	7,3	7,1	7,5	7,8
A internet ajuda a aprendizagem com o auxílio de games e vídeos que facilitam o desenvolvimento do aluno	7,2	6,9	7,2	8,0
No futuro, com a internet o professor passará a ser mais um orientador de estudos/tutor	7,1	6,9	7,0	7,7

Quando avaliada sob a ótica de diferentes aspectos demográficos, embora não existam diferenças estatísticas relevantes entre os posicionamentos relacionados à educação e à aprendizagem, **os meninos apresentam as médias mais altas de concordância com a maior parte das afirmações.**

Quanto maior a idade do entrevistado, menores são os índices de concordância para os aspectos relacionados à educação e ao aprendizado online, ou seja, quanto mais nativa digital a geração, mais abertura para pensar a relação da educação com o universo da conexão.

2015	Gênero		Idade		
	Masculino	Feminino	15-19	20-24	25-29
É mais fácil fazer trabalhos escolares consultando a internet	8,1	8,2	8,4	8,1	7,9
A internet ajuda as pessoas a terem acesso a conteúdos atualizados	8,1	8,0	8,2	8,1	8,0
A internet permite o preparo e a autoavaliação para provas e testes	7,9	8,0	8,1	7,9	7,8
O uso de internet e outras tecnologias de comunicação aumenta a troca de conhecimento entre os alunos	7,9	7,7	7,9	7,8	7,8
Vídeos do YouTube podem ser utilizados para auxiliar no aprendizado escolar	7,9	7,7	8,1	7,8	7,5
Utilizando a internet, ampliei meus conhecimentos da língua inglesa	7,9	7,7	8,0	7,8	7,6
A internet possibilita o acesso ao aprendizado no meu ritmo, local e horário	7,7	7,6	7,8	7,6	7,5
Já aprendi coisas úteis para a vida ou para o trabalho na internet que eu não aprenderia na escola/faculdade	7,7	7,4	7,6	7,6	7,5
Na internet tem muita informação e sei selecionar o melhor conteúdo/o mais confiável	7,7	7,4	7,6	7,5	7,5
Fico mais motivado a estudar com o uso de internet	7,4	7,3	7,4	7,3	7,3
Aprendo mais com uma aula presencial do que com uma aula online	7,4	7,2	7,2	7,5	7,3
A internet ajuda a aprendizagem com o auxílio de games e vídeos que facilitam o desenvolvimento do aluno	7,3	7,0	7,4	7,1	7,0
No futuro, com a internet o professor passará a ser mais um orientador de estudos/tutor	7,1	7,0	7,3	7,1	6,9

Ainda que sutil, **nota-se uma elevação nos índices de concordância para os aspectos relacionados à educação e ao aprendizado online à medida que o grau de escolaridade avança.**

Os representantes **das classes A e B são os que apresentam as mais altas médias de concordância** para os aspectos relacionados à educação e ao aprendizado online, confirmando que, quanto maior a exposição a usos de recursos tecnológicos e online, mais se consegue visualizar suas possibilidades educacionais.

2015	Escolaridade			Classe			
	Fundamental	Médio	Superior	A	B	C	D
É mais fácil fazer trabalhos escolares consultando a internet	8,1	8,2	8,2	9,0	8,2	8,2	8,1
A internet ajuda as pessoas a terem acesso a conteúdos atualizados	7,9	8,1	8,1	8,0	8,3	8,3	8,0
A internet permite o preparo e a autoavaliação para provas e testes	7,7	7,9	8,0	8,0	8,2	8,2	7,8
O uso de internet e outras tecnologias de comunicação aumenta a troca de conhecimento entre os alunos	7,7	7,8	8,0	8,0	8,0	8,0	7,8
Vídeos do YouTube podem ser utilizados para auxiliar no aprendizado escolar	7,8	7,8	7,9	8,0	8,1	8,1	7,6
Utilizando a internet, ampliei meus conhecimentos da língua inglesa	7,7	7,7	7,9	8,0	8,2	8,2	7,7
A internet possibilita o acesso ao aprendizado no meu ritmo, local e horário	7,5	7,6	7,8	8,0	7,8	7,8	7,8
Já aprendi coisas úteis para a vida ou para o trabalho na internet que eu não aprenderia na escola/faculdade	7,3	7,6	7,7	8,0	7,9	7,9	7,2
Na internet tem muita informação e sei selecionar o melhor conteúdo/o mais confiável	7,3	7,5	7,7	8,0	7,7	7,7	7,4
Fico mais motivado a estudar com o uso de internet	7,3	7,3	7,5	8,0	7,4	7,4	7,2
Aprendo mais com uma aula presencial do que com uma aula online	7,1	7,3	7,5	8,0	7,5	7,5	7,3
A internet ajuda a aprendizagem com o auxílio de games e vídeos que facilitam o desenvolvimento do aluno	7,3	7,0	7,4	8,0	7,3	7,3	7,2
No futuro, com a internet o professor passará a ser mais um orientador de estudos/tutor	7,3	7,1	6,8	7,0	7,1	7,1	7,1

São dois para lá, dois para cá

Endereçar o descompasso entre o modelo de ensino e o ritmo das sinapses dos jovens é mais complexo do que levar novas tecnologias para a sala de aula

Os especialistas realçaram a importância de se ter uma **visão equilibrada e sem idealizações desse papel da tecnologia no processo de aprimoramento da educação brasileira**. Grande aliada de um projeto de renovação, não cabe à internet (e às ferramentas que se podem acessar conectada a ela) resolver todos os problemas. **O centro dessa transformação não se resume simplesmente à introdução de dispositivos e tecnologias de informação e comunicação nas escolas e salas de aula.**

Reunidos em um workshop para avaliar os principais aprendizados dessas duas edições do estudo Juventude Conectada, esses profissionais que atuam nos segmentos de educação, tecnologia e relacionamento com jovens concordam que a lógica de 'comprar um tablet para cada aluno matriculado' não ajuda a avançar o quadro se não vier acompanhada de **projetos de formação para o professor**.

“É preciso tomar cuidado para que não vire simplesmente despachar um livro didático para um PDF e achar que está inovando.”

Alice Ribeiro, Movimento pela Base Nacional Comum

Os próprios estudantes fazem críticas a essa abordagem mais simplista, com base em experiências conduzidas em algumas redes de ensino. Eles comentam que, nesses casos, o tablet acaba fazendo as vezes de um caderno digital. **O professor que não recebe formação adequada, que não passa por um processo de concepção de novos processos pedagógicos, que levem em consideração o que cada tecnologia pode agregar ao que é ensinado, acabam propondo que o aluno utilize o tablet para copiar o conteúdo da lousa.**

“O que os alunos estão querendo é outra coisa, eles já têm internet no celular, eles já têm uma coisa muito mais avançada em casa do que as que eles encontram nas escolas muitas vezes, então aquilo se torna desinteressante.”

Alice Ribeiro, Movimento pela Base Nacional Comum

“Alguns deles não sabem como utilizar melhor os recursos. Como propor um grupo no Facebook em plena era do WhatsApp, por exemplo.”

(Recife, 16-19 anos, classes A e B)

“Esse é outro grande problema, a falta de contextualização com o cotidiano do estudante. Não acontece e se torna um estudo sem sentido.”

(São Paulo, 16-19 anos, classes A e B)

“Tenho uma professora que apenas lê o material. Normalmente ela apresenta slides. Nessa aula não aprendo nada. Então sempre busco material de apoio na internet. Até mesmo vídeo-aulas.”

(Recife, 16-19 anos, classes A e B)

O que está em jogo é a urgência de zerar o descompasso entre o modelo de ensino e a experiência cotidiana dos alunos, marcada intensamente pela mediação da tecnologia.

“A educação precisa respeitar o tempo, o ritmo, o interesse de cada indivíduo. Aquele formato em que o professor está na frente da sala em um quadro falando para 40 alunos não é mais adequado. Personalizar é fazer com que cada um deles tenha o seu ritmo respeitado porque cada um aprende de um jeito diferente: um aprende lendo, outro aprende escrevendo, outro aprende vendo um vídeo. A tecnologia é uma grande aliada porque você consegue plataformas adaptativas, consegue avaliar o progresso de cada um, avaliar se aquele aluno aprendeu de fato aquele conceito, se aquele outro conceito está engatinhando.”

Larissa Alves, mobilizadora social do Porvir/Instituto Inspirare

“Uma abordagem da educação que seja mais alinhada, que seja do século 21, então pode assistir vídeo-aulas, *podcast*, outras formas de aprender que não estas tradicionais. Seria um sistema mais aberto e criativo, podendo ensinar e aprender de inúmeras formas, em todos os momentos e em múltiplos espaços.”

Alice Ribeiro, Movimento pela Base Nacional Comum

A palavra-chave é personalização do ensino, trabalhando as singularidades dos processos de aprendizagem de cada indivíduo. E isso não implica substituir o professor pela tecnologia. Ele apenas muda de papel, passando de transmissor para mediador. Sua missão é suscitar no aluno a disposição para aprender a aprender. É fomentar a autonomia do aluno e estimulá-lo a buscar as informações.

Mas, para que se possa construir esse novo contexto de educação, é preciso dar conta de uma série de **barreiras**, dentre as quais se destacam:

Barreiras para uma educação conectada

- ✓ A precariedade da infraestrutura física das escolas públicas no Brasil.
- ✓ As dificuldades de cunho burocrático, especialmente as de alterar o currículo definido no âmbito do Governo Federal.
- ✓ Os critérios de acesso ao ensino superior, uma vez que o vestibular, na medida em que pauta o ensino (sobretudo no nível médio), impõe uma série de amarras e limitações às possíveis abordagens.

“Tem a dificuldade, em termos de rede pública, de comprar a tecnologia. Há a questão burocrática, a questão de como você vai implementar, como inserir aquilo no currículo, como adotar o modelo pedagógico adequado. Tem uma série de questões, resistência por parte de professor, por parte de pais, por parte de diretores, então são diversos os entraves.”

Larissa Alves, mobilizadora social do Porvir/Instituto Inspirare

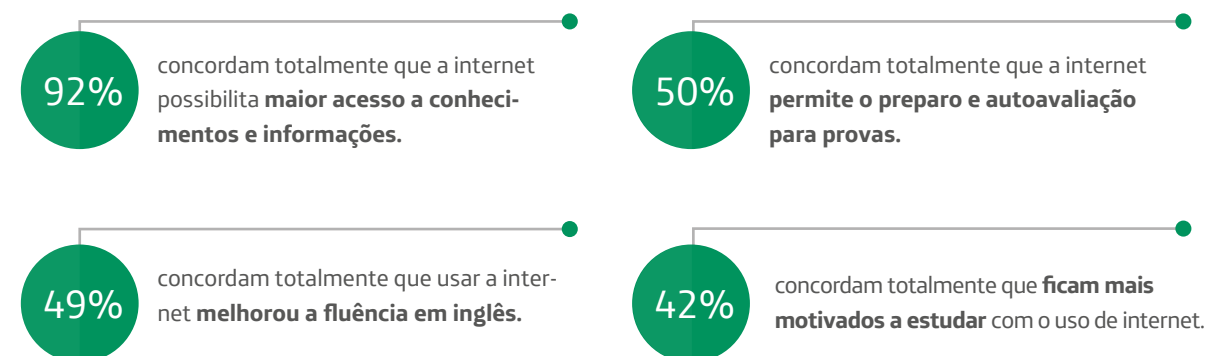
Entre essas barreiras, os especialistas apresentam uma especialmente crítica: a cultura pedagógica. Há uma resistência à mudança dos padrões de ensino entre parte significativa de educadores e professores. Trata-se de uma **visão um tanto tradicionalista, que enxerga a tecnologia como fonte principalmente de lazer** e, por consequência, teria **pouca afinidade com o processo de aprender. A proibição dos celulares é um sintoma desse tradicionalismo.**

“Nós temos sete estados que fizeram leis proibindo o uso de celular na sala de aula. Em vez de estimularem o uso do celular para pesquisa, para saber operá-lo, para saber usar essa fonte de informação, proíbem o uso. Países mais desenvolvidos rapidamente inseriram essas novas tecnologias nos processos de aprendizagem.”

Mario Volpi, educador, especialista em políticas públicas, UNICEF

Vivemos, em um grau distinto de intensidade e profundidade, um momento similar ao dilema trazido pela popularização das calculadoras e a sua permissão de uso nas escolas e nas provas, ocorrido ao redor dos anos 80/90. Pais e educadores preocupavam-se em permitir que um instrumento que podia não passar de modismo viesse ocupar o lugar de um saber estabelecido e que o processo de aprendizagem fosse negativamente afetado.

Considerando que a internet é parte indissociável da vida cotidiana e o seu protagonismo na formação da identidade do jovem, o melhor é tratá-la como potencial aliada. Uma série de percepções e atitudes declaradas pelos jovens corrobora com esse raciocínio:



“Muitas vezes aquilo que você não entendeu em sala de aula, você consegue entender melhor na internet. Explica melhor, com as nossas palavras. Explica do jeito que a gente fala.”



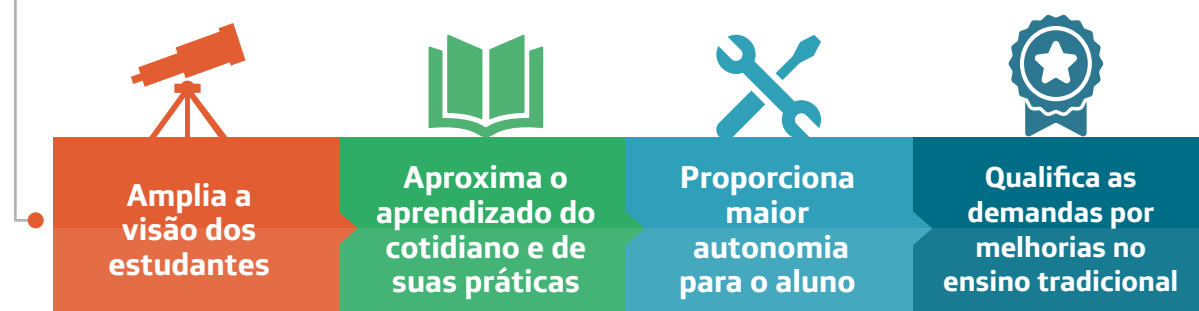
(Curitiba, 20-24 anos, classes C e D)

Um dos pontos de partida para a mudança dos profissionais da área pode estar na própria universidade que os forma.

“Essa é uma pauta que tem que ir para as universidades. A gente tem uma preocupação muito grande dos governos com equipamentos, que, na verdade, são temporários, e há uma preocupação menor com a formação dos professores para o uso desses equipamentos.”

Inês Vitorino, socióloga, professora da Universidade Federal do Ceará

Como a educação pode evoluir com a internet:



Mire-se no exemplo

Iniciativas inovadoras apontam caminhos

Embora as mudanças desejadas ainda estejam muito longe do sistema educacional brasileiro como um todo, existem **movimentos concretos de inovação que podem inspirar ondas de transformação**.

- ✓ Criada em 2006 nos EUA, a plataforma de educação online Khan Academy estabeleceu uma parceria com a Fundação Lemann para a sua difusão no mundo - <https://pt.khanacademy.org/>.
- ✓ A Escola Digital, plataforma educacional de acesso grátis que é fruto de uma parceria entre a Fundação Telefônica Vivo, a Natura e o Instituto Inspirare <http://escoladigital.org.br>.
- ✓ A Finlândia foi o primeiro país do mundo que, com uma reforma educacional, adotou o conceito de ensino transdisciplinar em todas as suas escolas.

Na **vanguarda dos experimentos brasileiros**, estão **iniciativas pontuais de professores ou projetos-piloto** implementados em escolas públicas que se valem do uso criativo do celular ou de plataformas já para realizar projetos escolares.

“Uma colega propõe como trabalho que os grupos façam vídeos com o próprio celular, para falar de história, então os grupos vão no museu gravar um vídeo.”

Harika Maia, cientista social, Programa VAI da Prefeitura de São Paulo

“No ano passado a gente trouxe uma professora aqui no Instituto Inspirare que é de uma escola pública e que implementa o Khan Academy. É uma plataforma adaptativa e que permite a coisa dos ciclos, um aluno ajuda o outro, a plataforma avalia se o aluno está bem ou se não está, disponibiliza vídeo-aula. Tudo melhora: as notas, avaliações.”

Larissa Alves, mobilizadora social do Porvir/Instituto Inspirare

Também foi citado o experimento emblemático da **Escola Municipal André Urani, na favela da Rocinha, no Rio de Janeiro**. Trata-se do Ginásio Experimental de Novas Tecnologias (o GENTE), um projeto da Secretaria Municipal de Educação que elimina as tradicionais séries escolares e as turmas fixas e incorpora tablets e smartphones ao material escolar, além de fazer uso intensivo de plataformas digitais. O exemplo já havia sido mencionado na primeira edição do estudo Juventude Conectada pelo especialista Rafael Parente, mas em 2015 ainda continua sendo referência nacional para inovação educacional na relação com tecnologia.

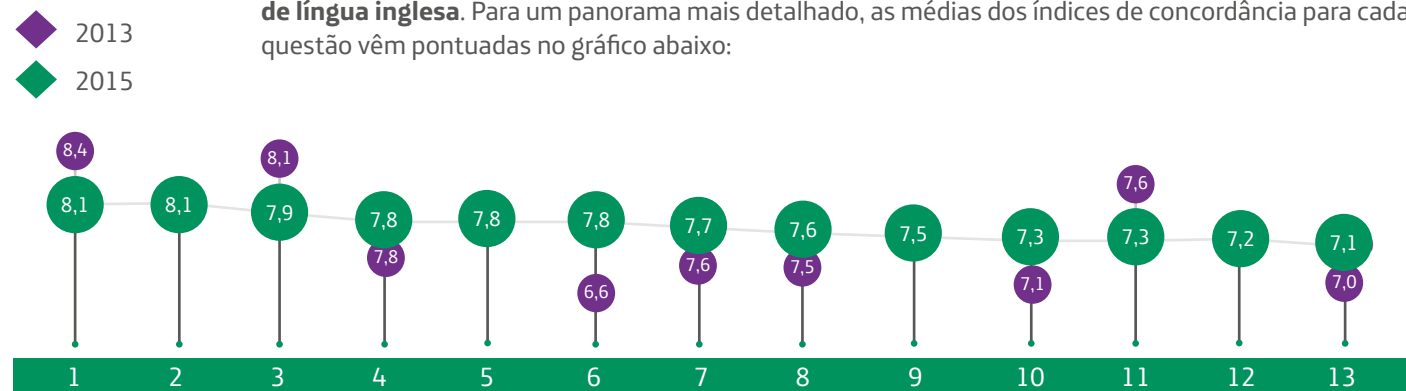
“É um experimento muito interessante, que tem mostrado como os alunos podem aprender no seu próprio ritmo, em turmas múltiplas, com o uso de tablet. Eles têm lá o que se chama de ‘máquina de teste’, em que você registra qual é a trajetória de aprendizagem de todos os alunos, em que ponto específico dessa trajetória cada aluno está, aonde deve caminhar, quais são os insumos que ele deve consultar para isso.”

Alice Ribeiro, Movimento pela Base Nacional Comum

Evolução de aprendizados

No que diz respeito à educação e ao ensino, a única mudança significativa foi em relação ao aprendizado de língua inglesa

Uma comparação das percepções e atitudes declaradas pelos jovens entrevistados durante as etapas quantitativas das duas edições do estudo Juventude Conectada mostra que **não há movimentações significativas quanto aos aspectos que dizem respeito à educação**, tendo como única exceção a elevação da média de concordância quanto à capacidade de, com a internet, ampliar o aprendizado de língua inglesa. Para um panorama mais detalhado, as médias dos índices de concordância para cada questão vêm pontuadas no gráfico abaixo:



- 1- É mais fácil fazer trabalhos escolares consultando a internet
- 2- A internet ajuda as pessoas a terem acesso a conteúdos atualizados
- 3- A internet permite o preparo e a autoavaliação para provas e testes
- 4- O uso de internet e outras tecnologias de comunicação aumenta a troca de conhecimento entre os alunos
- 5- Vídeos do YouTube podem ser utilizados para auxiliar no aprendizado escolar
- 6- Utilizando a internet, ampliei meus conhecimentos da língua inglesa

- 7- A internet possibilita o acesso ao aprendizado no meu ritmo, local e horário
- 8- Já aprendi coisas úteis para a vida ou para o trabalho na Internet que eu não aprenderia na escola/faculdade
- 9- Na internet tem muita informação e sei selecionar o melhor conteúdo o mais confiável
- 10- Fico mais motivado a estudar com o uso de internet
- 11- Aprendo mais com uma aula presencial do que com uma aula online
- 12- A internet ajuda a aprendizagem com o auxílio de games e vídeos que facilitam o desenvolvimento do aluno
- 13- No futuro, com a internet o professor passará a ser mais um orientador de estudos/tutor

* Como os questionários foram alterados da primeira para a segunda edição, algumas perguntas foram retiradas e outras novas foram inseridas (saiba mais sobre essas alterações no anexo da pág. 225).

Essa manutenção de percepções e atitudes também pode ser mais bem compreendida no gráfico a seguir, que delimita os percentuais da amostra que mais discordaram das afirmações (notas de 0 a 6), declararam-se neutros em relação a elas (notas 7 e 8) e que mais concordaram com elas (notas 9 e 10). **Chama a atenção o alto nível de concordância com todos os aspectos testados, com destaque para uso em trabalhos escolares, conteúdo e autoavaliação.**

				Média	
É mais fácil fazer trabalhos escolares consultando a internet	2013	27	21	60	8,4
	2015	21	22	57	8,1
A internet ajuda as pessoas a terem acesso a conteúdos atualizados*	2013				--
	2015	21	24	55	8,1
A internet permite o preparo e a autoavaliação para provas e testes	2013	21	24	54	8,1
	2015	22	27	51	7,9
Vídeos do YouTube podem ser utilizados para auxiliar no aprendizado escolar*	2013				--
	2015	25	24	51	7,8
Utilizando a internet ampliei meus conhecimentos na língua portuguesa	2013	42	21	34	6,6
	2015	26	25	49	7,8
O uso de internet e outras tecnologias de comunicação aumenta a troca de conhecimento entre alunos	2013	27	24	47	7,8
	2015	25	27	48	7,8
Já aprendi coisas úteis para a vida ou para o trabalho na internet que eu não aprenderia na escola/faculdade	2013	29	24	45	7,5
	2015	29	27	44	7,6

Notas de 0 a 6 - Mais discordam que concordam com a afirmação

Notas 7 e 8 - Dizem-se neutros em relação à afirmação

Notas 9 e 10 - Mais concordam que discordam da afirmação

Peculiaridades regionais

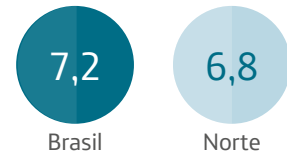
As questões relacionadas à educação apresentam resultados estatisticamente diferentes quando segmentadas por região.

Região Norte

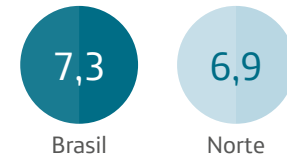


Depois dos jovens da Região Sul, são os que apresentam os mais baixos índices de concordância para as questões de educação, quase todas elas abaixo da média nacional.

São os que **menos** concordam que **games e vídeos podem ajudar** no processo de aprendizagem



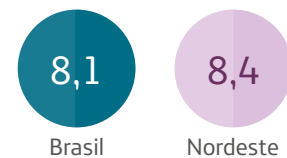
São os que **menos** concordam que uma **aula presencial pode ensinar mais do que uma aula online**



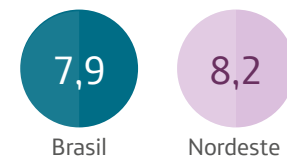
Região Nordeste



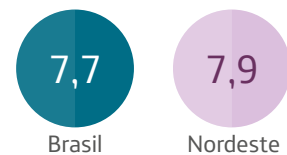
São os que **mais** concordam que a internet pode ajudar a ter **acesso a conteúdos atualizados**



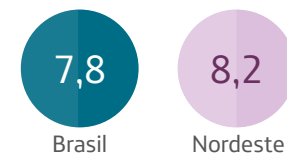
São os que **mais** concordam que a internet **permite preparo e autoavaliação** para provas e testes



São os que **mais** concordam que a internet **propicia aprendizado personalizado**, no ritmo, local e horário de cada estudante, posicionando-se acima da média nacional



São os que **mais** concordam que a internet e outras tecnologias de informação **augmentam a troca de conhecimento entre alunos**, posicionando-se significativamente acima da média nacional

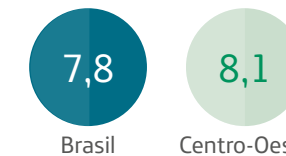


Região Centro-Oeste

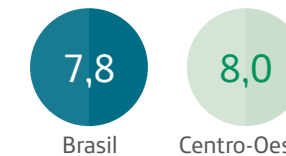


Apresentam índices de concordância significativamente acima da média nacional para um grande número de questões

São os que **mais** concordam que o **YouTube pode ser usado para o aprendizado escolar**



São os que **mais** concordam que a **internet ajudou a aumentar a fluência da língua inglesa**

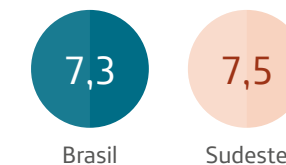


Região Sudeste

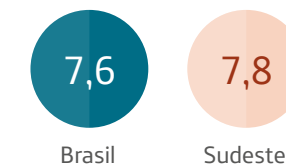


Apresenta índices de concordância altos para as questões de educação, **posicionando-se acima da média em todas** elas.

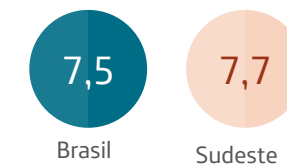
São os que **mais** concordam que a internet os **motiva a estudar**



São os que **mais** concordam ter **aprendido na internet coisas que não aprenderiam em outro lugar** e que são úteis para sua vida ou trabalho



São os que **mais** afirmam saber **selecionar os melhores ou mais confiáveis conteúdos** em meio à multiplicidade de informação disponível na internet

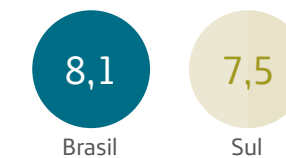


Região Sul

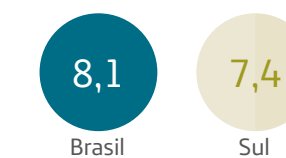


Apresenta os **índices de concordância mais baixos para as questões que relacionam internet e educação**, posicionando-se abaixo da média em todas elas.

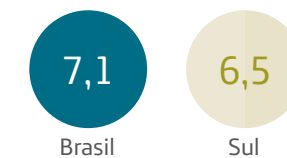
São os que **menos** concordam que é **mais fácil fazer trabalhos escolares consultando a internet**



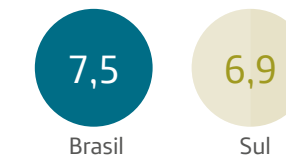
São os que **menos** concordam que a internet ajuda a ter **acesso a conteúdos atualizados**



São os que **menos** concordam com a afirmação de que, com a internet, **o professor passará a ser mais um orientador de estudos**



São os que **menos** afirmam saber **selecionar os melhores ou mais confiáveis conteúdos** em meio à multiplicidade de informação disponível na internet



Ativismo e participação social dos jovens conectados



Ativismo

Rita Alves

Rita de Cássia Alves Oliveira é doutora em Antropologia, pertence ao Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais e ao Departamento de Antropologia da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Integra o grupo de pesquisa “Imagens, metrópole e culturas juvenis” do CNPq, onde se dedica a pensar sobre juventudes, cultura digital e cultura imagética. Participa da rede internacional de pesquisadores do GT “Juventudes, infâncias: políticas, culturas y instituciones sociales en América Latina” do Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) por meio do projeto de pesquisa “Jovens/juventudes: políticas públicas e formas de participação cultural, política e comunicacional”. Coordena, na PUC-SP, a investigação “Violências da Democracia e genocídio juvenil”.

Ativismo e participação social dos jovens conectados

A reflexão sobre a vida contemporânea passa pela internet e seus usos. Nosso cotidiano está envolvido pelas tecnologias digitais, desde a vida social, a construção de identidades, o surgimento de novos processos pedagógicos, a troca de conhecimentos, as práticas de consumo (e suas repercussões no campo do marketing), as mídias digitais (web rádios, web TVs e jornalismo independente), os conflitos e intolerâncias (*ciberbullying* e práticas de ódio), questionamentos da liberdade e a formação de novos consensos éticos.

Este é o contexto cultural dos ativismos e dos engajamentos sociais dos jovens contemporâneos. A política não diz respeito apenas ao poder vigente, partidário ou institucionalizado, nem mesmo se restringe aos voluntariados. Não se podem pensar as práticas políticas sem levar em conta o cotidiano, as experiências do dia a dia, os universos simbólicos e imaginários, os desejos, os medos, as frustrações, enfim, a cultura.

Esta reflexão busca evitar a postura pessimista e desconfiada em relação à participação social e ativismo digitais; não é raro encontrarmos intelectuais e militantes tradicionais desqualificando as relações sociais e potencialidade da vida digital, que lhes parecem superficiais, fragmentadas e efêmeras demais para provocar alterações duradouras e significativas na sociedade. Também não queremos cair no “ciberotimismo” típico daqueles que acreditam que as ferramentas digitais são a salvação para a despolitização e desinteresse pela coisa pública desses tempos marcados pelo individualismo e consumismo. A intenção é balizar o olhar com a “justa medida” que permita observar os usos da internet em suas novidades e potência de transformação social, mas que também consiga perceber as continuidades e as articulações com modos tradicionais de convivência e participação, assim como os riscos e os retrocessos éticos derivados desses processos.

Jovens, juventudes, tecnologias e construção social

Tecnologias e jovens, internet e juventude. Estas relações são tão estreitas que parecem inseparáveis; se pensarmos a partir da cultura contemporânea talvez sejam mesmo.

“Juventude” é um termo desses que todos sabem o que é, mas é de difícil definição. Não tratamos aqui apenas de uma faixa etária, mas sim de uma categoria que extrapola estas delimitações formais ou fases biológicas; nos últimos anos, o período entre 15 e 29 anos tem sido adotado nas políticas públicas e, conseqüentemente, na maioria das investigações. Mas podemos pensar “juventude” como algo mais amplo e, principalmente, atrelado à dimensão cultural e aos modos de vida que emergiram após a Segunda

Guerra Mundial; o *Rock and Roll*, a adoção de estilos de vida alternativos aos dos pais, a emergência de movimentos de caráter contestatário como o Hippie e o de Maio de 1968. Edgar Morin (1984) aponta o intenso processo de “juvenilização da cultura” que toma conta do século 20 com a consolidação da cultura de massa e a valorização da imagem e de valores juvenis como a audácia, o heroísmo, inconformismo, rebeldia, inventividade acentuada, desejo de aventura e de transformação. As culturas juvenis do pós-guerra introduziram conteúdos positivos à condição juvenil; o lazer e a experimentação – inclusive dos filhos das classes trabalhadoras – embalarão a visibilidade da vivência juvenil e alicerçaram miticamente o cinema, o mercado editorial e a publicidade. Com a explosão e a diversificação das identidades e dos modos de vida surgem muitas formas de ser jovem, o que nos obriga a falar sempre em “juventudes”, no plural: as generalizações são quase sempre incorretas e até mesmo injustas quando levamos em conta as diferenças culturais, econômicas e regionais que marcam as vidas juvenis.

Os jovens desenvolvem relação especial com as técnicas desde o início da humanidade. Para Morin (1984), foram os jovens que estiveram à frente dos avanços técnicos da pré-história, foram eles que se aventuraram na caça nas savanas e possivelmente foram também os jovens que descobriram as artimanhas do controle do fogo. Com a Modernidade, a juventude emerge como a grande força cultural que embala o consumo, a indústria cultural e as novas identidades emergentes. Os meios de comunicação de massa se constituíram na relação com os jovens, seja como produtores ou como receptores. Nos últimos anos, o desenvolvimento dos aparatos tecnológicos de comunicação inaugura um novo capítulo nas relações humanas: a cultura digital. Essa nova dimensão da cultura cotidiana permeia o dia a dia juvenil de modo particular, estrutura as sociabilidades e os afetos, oferece as ferramentas e conteúdos para construção das identidades e pertencimentos, alavanca a transformação dos modos de produção de conhecimento, de percepção e de representação dos jovens contemporâneos. E é na relação com a cultura digital que os jovens contemporâneos expressam seu inconformismo e indignação; é por meio da internet que denunciam as injustiças e questionam as práticas e valores contemporâneos; nas redes sociais online encontram as ferramentas e o espaço ideal para divulgar suas causas e encontrar parceiros para as suas ações.

As tecnologias digitais foram abordadas aqui em seus usos cotidianos e possibilidades de resignificá-las em favor de propósitos coletivos. Como já apontou Manoel Castells (2003), toda tecnologia se desenvolve em suas apropriações no dia a dia, os usuários também ajudam a moldar as ferramentas em suas apropriações criativas, inovadoras e inéditas que atribuem, assim, novos sentidos e usos para as técnicas e tecnologias.

Em 2011, a Primavera Árabe trouxe as ocupações das praças na Turquia, Egito e outros países da região; pela primeira vez vimos a potência do uso das redes sociais online na comunicação entre movimentos sociais de várias partes do mundo e construção de algo novo e inédito. Em poucos meses, a mobilização global ganhou os espaços públicos de várias partes do mundo: as praças da Espanha foram ocupadas

pelos Indignados, em Nova Iorque pelo Occupy Wall Street e em São Paulo pelo Ocupa Sampa. Milhares de jovens estavam conectados pelo Facebook e pelo Twitter e, apesar das imensas diferenças culturais e políticas, estavam conectados por ideias e sonhos comuns e uma incontável vontade de mudança na ordem mundial. Naquele momento ganharam fama as *hashtags*, o símbolo # usado nas redes sociais online que precede uma palavra ou conjunto de palavras encadeadas e que assinala grupos ou temas em discussão; #ArabSpring, #OccupyWallStreet e #SpanishRevolution aproximaram ativistas espalhados pelo mundo, mas unidos na rede.

A partir daí ficou evidente que os novos ativismos estariam ligados à cultura digital e às redes sociais na internet. Também ficou claro que a novidade estava na articulação entre as praças e a internet, entre o espaço urbano e o digital, entre a vida online e offline. Surgiram os “espaços híbridos” da fala de Castells (2013), aqueles que são ao mesmo tempo físicos/presenciais e virtuais/digitais e que condensam e catalisam ideias, afetos, disputas, conflitos. Nesse contexto, percebemos que as mobilizações passaram a se espalhar de duas formas: em alguns momentos vão da internet para as ruas e, em outros momentos, fazem o sentido inverso, indo das ruas para as redes sociais. Isso possibilita a difusão das causas de ativistas, grupos e movimentos e facilita que alcancem mais pessoas na mobilização; essas tecnologias aproximam os que pensam de forma semelhante, redes de apoio que proporcionam a afirmação de si e de visões de mundo.

O videoativismo ganhou espaço nestes últimos anos. A produção e a partilha de vídeos na internet já tinha sido estratégia de articulação, divulgação, resistência e conexão pelos Indignados da Espanha e Occupy Wall Street em 2011; em São Paulo, os jovens do Ocupa Sampa perceberam que “a câmera é uma arma” e, além dos vídeos, também as utilizaram para as videoconferências com outros acampados em praças espalhadas pelo mundo. Como já apontou Castells (2013), o vídeo permite que os jovens mobilizados troquem experiências de forma muito rápida e viral; com isso, os movimentos aprendem e avançam em bases territoriais muito amplas.

Os novos ativismos não se restringem aos ambientes virtuais. Por um lado, há a importância do ativismo presencial, dos encontros pelas redes de amizade e companheirismo; por outro lado, há o ativismo dos que estão sempre em estado ativo de debate e construção, mas que nunca se encontraram presencialmente.

Criam, assim, muitas formas de participação social e política que vão desde as ações mais institucionalizadas e formais (em partidos políticos, sindicatos, instâncias públicas etc.) até as mais cotidianas, efêmeras e pontuais.

A participação envolve maneiras de pensar, afetos e desejos que são motores de transformações culturais, sociais e, portanto, políticas. Estamos num cenário onde se praticam as petições públicas online, os abaixo-assinados digitais, a colaboração em projetos sociais e culturais, o voluntariado que não se restringe à caridade, mas se articula também às causas éticas e ao meio ambiente no espaço urbano, às trocas de conhecimentos em ambientes virtuais, à produção da solidariedade desinteressada, mas comprometida. Recorrentemente os jovens são pensados como alienados, individualistas, consumistas, hedonistas e distantes da dimensão política. Isso é verdade, mas só em parte. Há visíveis segmentos juvenis comprometidos com valores éticos e sociais, talvez em maior quantidade que gerações anteriores. Há algo novo que emerge do cotidiano vivido. Sabemos que as práticas políticas estão transitando por outros caminhos nas mãos e mentes juvenis; percorrem a dimensão cultural e cotidiana, passam pela indignação e revolta, mas também pela arte, pela alegria e pelo prazer.

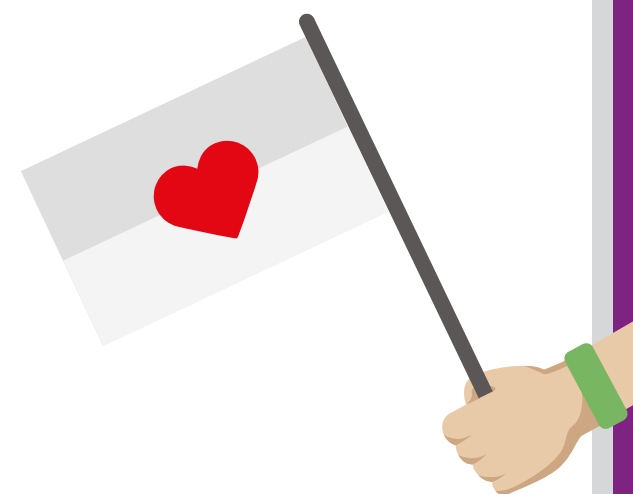
Podemos destacar três eixos que condensam as práticas juvenis de participação social: as articulações entre as experiências online e offline; a politização das identidades de gênero, étnicas e raciais, a partilha de saberes e o engajamento em projetos colaborativos e, por fim, o legado das manifestações de junho de 2013.

Práticas online e offline de participação social

Apesar de um terço dos jovens que participaram da pesquisa Juventude Conectada afirmar não ter tido nenhum envolvimento com participação social, não podemos dizer que estejam alheios à sociedade. Em termos de uso da internet, eles destacaram as práticas básicas nas redes sociais online: a elaboração de comentários sobre mobilizações sociais, o repasse de convites recebidos e o compartilhamento ou o “curtir” informações; um quinto deles criou eventos para mobilização, postou vídeos e fotos de autoria própria. Mas as práticas tradicionais de participação não foram deixadas de lado: 28% foram às ruas, 18% vestiram uma camiseta em defesa de alguma causa ou posicionamento e 10% participaram de greves, o que não é nada desprezível.

Saiba mais sobre o que a pesquisa quantitativa trouxe de dados sobre participação a partir da pág. 132.

A presença mais acentuada dos smartphones no cotidiano juvenil tem alterado também as formas de participação e ativismo. Com eles a internet tornou-se mais acessível e com potencial para alcançar regiões distantes dos centros econômicos do País. Se até então o Facebook e o Twitter eram as principais ferramentas de mobilização, circulação de ideias e divulgação de causas e atividades, nas manifestações juvenis de 2015 o WhatsApp passou a ser a ferramenta adicional para a organização da comunicação



dos grupos, divulgação das ações e busca por mais apoios. Essas ações políticas juvenis têm a ver com vínculos pessoais, mas não se restringe a eles. Daí a emergência desse aplicativo entre as práticas de engajamento juvenil: eles permitem que se fale diretamente com quem se conhece e em grupos menores que são mais confiáveis e seguros para os movimentos.

A pesquisa apontou que a maioria dos jovens considera que os ativismos e práticas de participação social não devem se limitar à internet e às redes sociais online.

Eles deixam clara a importância da discussão presencial, da participação de atividades nas ruas e praças, da conversa em reuniões, enfim, da vida vivida no “face a face”. Os jovens ativistas pensam a internet como uma ferramenta fundamental para a organização e divulgação dos movimentos, a difusão das ideias e articulação com parceiros distantes – até então desconhecidos –, mas consideram que as práticas de participação social requerem a ação offline.

Saiba mais sobre o que a pesquisa quantitativa trouxe de dados sobre participação a partir da pág. 132.

Os “hiperconectados” desta pesquisa consideraram que a participação e o ativismo online já são o bastante. Estes são os jovens que desempenham muitas atividades diárias por meio da internet e possuem repertório bastante amplo em relação à cultura digital; são os que se sentem seguros e à vontade na internet e têm conhecimento bem fundamentado sobre seus usos, potencialidades, riscos e limitações. Para eles, migrar para o presencial não é necessário; manifestar-se nas redes sociais é mais eficiente.

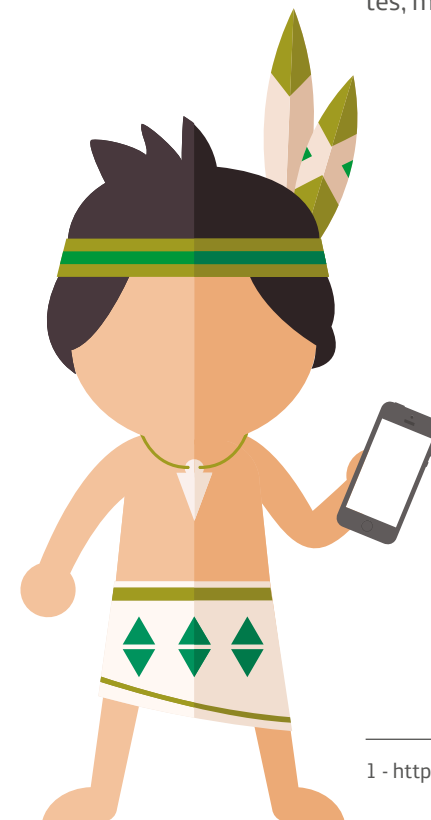
De modo geral, cerca de um terço dos jovens que participaram da pesquisa indicou que a atuação ou ativismo que se iniciam e terminam na internet são efetivos, tem alcance de maior número de pessoas e provavelmente se engajariam dessa forma. Possivelmente essa percepção tem a ver com a forma como se toma conhecimento das causas ou manifestações: por meio das redes sociais online ou, ainda, do WhatsApp. Mas, por outro lado, 37% deles apostam nas manifestações que começam pela internet e terminam presencialmente; 27% consideraram que se envolveriam em manifestações ou causas de forma totalmente presencial do início ao fim, e um pouco mais de um quinto avaliou que estas práticas presenciais podem ser muito efetivas e repercutir em grande número de pessoas. Esses dados reforçam a necessidade de calibrarmos nosso olhar quanto aos usos da internet por parte dos jovens em seus ativismos e práticas de participação social; eles estão muito conectados e acreditam nas potencialidades da internet (na participação em debates, na diversificação das causas, nas informações sobre política), mas ao mesmo tempo continuam reafirmando a importância das práticas presenciais.

Nos últimos anos nos acostumamos a mensurar a possibilidade de sucesso ou repercussão de uma causa ou manifestação a partir das confirmações de participações nos eventos organizados no Facebook. O “Churrascão da gente diferenciada” de 2011 é um bom exemplo. A atividade foi organizada em resposta

à resistência de parte dos moradores do tradicional bairro paulistano de Higienópolis à construção de uma estação de metrô ali. Cerca de 50 mil pessoas confirmaram presença em 24 horas. Assustado com a repercussão, o organizador e idealizador do evento chegou a desmarcar o “Churrascão” (e depois voltou atrás), a prefeitura manifestou sua preocupação com a falta de estrutura do local para receber tanta gente e a polícia militar temia tumulto. Por fim, a atividade aconteceu, mas com cerca de mil participantes. Numericamente pode-se dizer que o evento foi um fracasso, mas do ponto de vista das práticas políticas juvenis a manifestação foi bastante eficaz: a ação teve uma enorme repercussão, provocou discussão nas mídias tradicionais e conseguiu apoio de vários grupos de causas distintas (mas articuladas), como os cicloativistas e o Movimento Passe Livre.

Entretanto, duas situações que ocorreram em São Paulo no final de 2015 confirmam uma mudança em relação ao posicionamento exposto pelas pessoas na internet e à prática da vida offline. Tanto a manifestação em favor do *impeachment* da Presidenta Dilma Rousseff quanto a organizada pelos estudantes secundaristas que ocuparam as escolas públicas apresentaram participação muito maior nas ruas que as prévias confirmações no Facebook; as páginas dos eventos organizados no Facebook davam a impressão de que não seriam de grande vulto, mas nas ruas a coisa foi diferente. Isso indica que a vida presencial continua no centro das práticas políticas e que as redes sociais online continuam importantes, mas tornaram-se acessórias.

Muito se falou sobre a desterritorialização das ações políticas na internet e a formação de redes para além dos limites espaciais que favoreceriam os ativismos e engajamentos sociais que acontecem longe dos centros econômicos e de poder do País. Vimos isso ocorrer, em 2012, quando os indígenas da etnia *Guarani Kaiowa* de Mato Grosso do Sul ganharam visibilidade nacional e internacional¹ ao publicar nas redes sociais digitais uma dramática carta de denúncia do despejo de suas terras que os ameaçava. As solidariedades e manifestações de indignação alastraram-se rapidamente. No Facebook muitos usuários acrescentaram “Guarani Kaiowa” aos nomes nos seus perfis, criando sobrenome e identidade comuns e divulgando a causa de forma inédita e incômoda para os gestores da rede social, que pressionaram seus usuários a utilizarem seus nomes “verdadeiros” em suas identificações. Ganham repercussão nacional e conquistaram apoios diversos, inclusive internacionais. Aqueles indígenas conectados à internet exercitaram o lema “agir localmente, pensar globalmente”; os não indígenas de localidades distantes que se engajaram na sua causa experimentaram o “agir globalmente, pensar localmente”; entre o local e o global jovens de diferentes origens e culturas se articulam por meio do ciberespaço.



1 - <http://blog.pucsp.br/culturadigitalri/?tag=guarani-kaiowa>

A internet pode auxiliar os grupos e movimentos a se colocarem nas discussões nacionais, mas a desigualdade social se mantém. No geral, as desigualdades regionais, de renda e de escolaridade impactam sensivelmente os usos da internet e a capacidade de os ativistas, grupos e movimentos penetrarem a agenda nacional de debates e engajamentos.

Apesar disso, temos visto a ampliação da visibilidade das culturas periféricas por meio do uso intenso das redes sociais online; jovens moradores de regiões com alta vulnerabilidade social e precários serviços públicos estão conseguindo divulgar suas produções culturais para públicos mais amplos e diversificados, denunciar as várias formas de violência que vivenciam em suas “quebradas”, especialmente a protagonizada pelas polícias militares.

A politização da cultura e do cotidiano

O processo de globalização da cultura foi pensado há algumas décadas como risco eminente de homogeneização cultural; a ampliação da interferência da indústria cultural global deduziria drasticamente as diferenças culturais. No entanto, como já apontaram Giles Lipovetsky e Jean Serroy (2011), o que vimos foi a politização da cultura e a afirmação das identidades étnicas e culturais no centro dos enfrentamentos políticos. No Brasil esse processo ganhou as ruas e a internet com os novos feminismos, as identidades de gênero e sexualidades, os movimentos negros e as práticas religiosas; tornou-se ferramenta das práticas políticas de resistência e as redes sociais foram tomadas pelas discussões sobre os machismos, os racismos, as intolerâncias religiosas e sexuais. A internet transformou-se em palco e amplificador dessas afirmações e exposições das diferenças que, não raro, causam atritos nos ambientes digitais.

No plano político institucional, a polarização se acirrou em 2014 com a disputa entre Dilma Rousseff e Aécio Neves à Presidência da República. As redes sociais entraram em ebulição; os conflitos pessoais se acentuaram e amizades foram desfeitas tanto na dimensão online quanto na offline. Aderir a um candidato significava romper com o outro lado ou, pelo menos, chamá-lo para o debate. Ficou claro que as redes sociais online não são apenas comunidades de acolhimento, afetos e camaradagens; elas também são lugares de xingamentos, práticas de ódio e intolerância em relação a pontos de vista diferentes.



O *crowdfunding* (ou vaquinha virtual) popularizou-se entre os jovens que encontraram nesta ferramenta de financiamento coletivo uma saída para a viabilização de seus projetos culturais e sociais. Se até então as únicas formas de obter recursos eram o patrocínio de empresas privadas ou o apoio estatal (por meio das leis de incentivo fiscal ou editais de fomento), agora eles contam com a ajuda financeira de amigos e simpatizantes de suas causas ou propostas por meio de plataformas bastante seguras e confiáveis². Com isso vimos explodir a produção colaborativa com projetos de gravação e distribuição de músicas, publicação de revistas e livros, montagem de espetáculos de teatro e dança, atividades de intervenção e apropriação do espaço urbano, produção de documentários e até a viabilização de blocos carnavalescos. Projetos antes desprezados pela iniciativa privada ou ignorados pelos poderes públicos encontram aí a autonomia dos grupos e a sustentabilidade de suas ideias para as cidades, os bairros ou suas linguagens artísticas.

Os ativismos e práticas de participação social também passam, no cotidiano, pela produção e troca de conhecimentos, doação de tempo livre para projetos colaborativos e envolvimento em atividades coletivas sem interesse financeiro ou profissional.

É dessa forma que jovens programadores organizados desenvolvem softwares livres, produzem comunidades online de troca de informações sobre assuntos diversos, contribuem para a ampliação dos conhecimentos profissionais com suas experiências e, como amadores, dedicam-se com paixão a projetos coletivos nos quais recebem em retribuição o respeito do grupo e a satisfação em poder cooperar e ter suas capacidades valorizadas (Shirky, 2011). Essas práticas são embaladas pelo prazer de participar dessa “economia do dom”, algo tão próprio da constituição da internet desde seu início. Afinal, partilhar não é uma novidade que surgiu com a tecnologia ou a internet, mas sim uma característica humana e, portanto, tem dimensão cultural, social e política. Essa “cultura da partilha”, construída na contramão do individualismo e dos interesses financeiros, faz emergir novos valores, comportamentos e sociabilidades, compondo uma nova ética que constantemente repensa as ideias do “bem comum” e o “bom para todos”; esse processo articula passado/presente/futuro, resgatando experiências e significados e projetando-os para o bem viver das próximas gerações.

O legado das manifestações de junho de 2013

O ano de 2013 ficou marcado pelas manifestações de junho. O País se preparava para o Mundial de Futebol com a realização da Copa das Confederações; grupos de jovens protestavam nas ruas contra a realização desse campeonato em terras brasileiras e o Movimento Passe Livre ocupava as ruas em vários

² Algumas plataformas de *crowdfunding*: Kickante (<http://www.kickante.com.br/campanhas-crowdfunding>) Catarse (<https://www.catarse.me/pt/>) e Vaquinha (<http://www.juntos.com.vc/pt/projects>)

estados protestando contra o aumento das tarifas de transporte público. De repente, e em decorrência da violência policial em São Paulo, a coisa se massificou e ganhou o apoio das mídias tradicionais. Em junho daquele ano, presenciamos a sinergia de forças tomando as ruas do País, a conexão dos movimentos sociais, das insatisfações e das revoltas, mas também das esperanças e dos prazeres. Não cabe aqui traçar uma análise daquela complexa situação, mas podemos dizer com segurança que assistimos, de forma inédita, à articulação entre as ruas e a internet. Amplos setores da sociedade se envolveram em discussões nas redes sociais e principalmente na produção e partilha online de fotografias e vídeos das manifestações. De repente todo mundo queria ir para as ruas, juntos, e partilhar essas experiências na internet.

As manifestações de junho de 2013 ficaram marcadas na vida de boa parte dos jovens brasileiros; foram dias muito intensos de discussão e apropriação das ruas e da internet. Passados dois anos, parte considerável dos jovens participantes desta pesquisa ainda têm como referência de “engajamento” aquelas espetaculares mobilizações de massa que tomaram as ruas e foram transmitidas ao vivo pelas emissoras de TV e rádio; alguns chegam a avaliar que elas não provocaram resultados contundentes na sociedade, que muitos participaram só para postar *selfies* na internet, que as manifestações pós-2013 não mobilizam mais tantas pessoas, enfim, há uma certa frustração em relação aos legados das jornadas de junho. Mas esse suposto pessimismo tem a ver com dois fatores. Por um lado, temos as urgências juvenis: eles esperam mudanças rápidas e resultados concretos a curto prazo, não querem esperar, preferem “fazer história” imediatamente e tudo o que é mais lento ou processual parece-lhes menor; por outro lado, a diversificação das pautas de mobilização e ampliação de grupos e lideranças com poder de convocação verificadas nos últimos anos causam a impressão de que as manifestações nas ruas retrocederam em relação a 2013 quando, na verdade, tivemos uma fragmentação e complexificação da agenda de discussão.

Uma das causas mais importantes de 2015 foi a educação, tema recorrente nas redes sociais que envolveu diretamente os jovens estudantes. No Paraná, a greve dos professores da rede estadual de ensino ganhou repercussão nacional quando uma marcha dos docentes foi duramente reprimida pela polícia militar, deixando um saldo de mais de 150 feridos³. Rapidamente as redes sociais foram tomadas pelas imagens da violência policial contra professores e jornalistas⁴; o movimento ganhou ampla solidariedade no País e se estendeu por 50 dias. Em São Paulo, os professores da rede estadual paralisaram suas atividades por 90 dias durante o primeiro semestre. Meses depois foram os estudantes que ganharam a cena com a ocupação de cerca de 200 escolas públicas estaduais⁵. Em mobilização autônoma e inédita no País, centenas de estudantes secundaristas tomaram suas escolas em protesto contra a reorganização do sistema, implementado de surpresa pelo governo estadual, que fechava quase cem escolas em todo o Estado de São Paulo sem consulta, aviso prévio ou debate com a sociedade

Saiba mais sobre o que a pesquisa quantitativa trouxe de dados sobre participação a partir da pág. 132.

3 - <https://medium.com/jornalistas-livres/paran%C3%A1-em-chamas-8650e8cece9f#8onzd19pe>

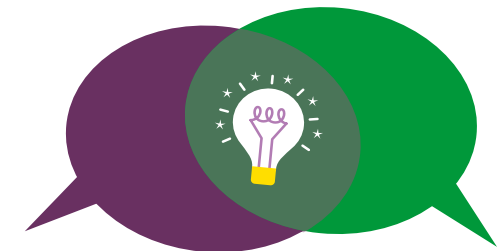
4 - Existem inúmeros vídeos na internet, este é um deles: <https://www.youtube.com/watch?v=y1jQFh5eFww>

5 - São inúmeras as páginas no Facebook dedicadas às ocupações dos secundaristas de São Paulo, uma das principais é a “Não fechem minha escola”: <https://www.facebook.com/naofecheminhaescola/?fref=ts>

civil. Inspirados nos secundaristas chilenos de 2006, durante mais de um mês eles permaneceram acampados nos colégios, cozinham, limpam tudo, pintam as paredes, organizam aulas abertas e shows, tomaram as ruas de forma organizada e pacífica, convocaram marchas que ocuparam a cidade e ganharam apoio de parte dos professores, dos estudantes universitários e ativistas de outras causas, como o Movimento Passe Livre. Recusaram a filiação aos movimentos estudantis tradicionais como a UNE e UBES e evitaram a cooptação pelos partidos políticos. Também enfrentaram a polícia militar, apanharam, foram atacados com bombas e balas de borracha. Utilizaram intensamente as redes sociais online com várias páginas no Facebook⁶ onde publicavam suas fotos, vídeos e textos bem construídos e com conteúdos contundentes; por fim, venceram a primeira batalha quando o governador recuou e anunciou a suspensão da reorganização. Semanas depois foi a vez de Goiás. Estudantes secundaristas ocuparam cerca de 30 escolas da rede estadual em protesto contra a transferência da gestão das escolas públicas a organizações sociais e ao exército. Mais uma vez foram tratados com extrema violência e dezenas de encarceramentos; mais uma vez as redes sociais⁷ online foram a ferramenta de proteção, de denúncia e de apoio⁸. Em comum, criaram a *hashtag* #NãoTemArrego, que se tornou um link entre os movimentos, os ativistas e os apoiadores de várias partes do País. Em janeiro de 2016, estudantes paulistas e goianos, que já se conheciam por meio da internet, encontraram-se presencialmente com a “Caravana secundarista São Paulo – Goiânia 2015”⁹. E o movimento pendular sala de aula – internet – ruas – sala de aula ganhou amplitude.

Nossos jovens estão nos ensinando muitas coisas. Estão nos mostrando que existem saídas e trazem esperanças de um futuro um pouco melhor do que nosso presente. A partir das experiências recentes de alguns grupos e movimentos juvenis podemos pensar que o individualismo e o consumismo podem dar lugar a novas práticas no trato com os outros, na relação com o meio ambiente e as cidades, na disposição em atuar coletivamente e na forma de participar da vida pública e das instituições da política formal. Eles nos apontam que as práticas políticas não passam apenas pelos partidos (já tão desacreditados) ou pelas instituições tradicionais de organização da sociedade e experimentam novas formas de organização que possam comportar suas causas e indignações e modos de vida. Esses jovens nos obrigam a ver a internet para além de seus apelos comerciais, utilizando as ferramentas disponíveis de forma inédita e criativa, na contramão dos poderes instituídos e em benefício do coletivo e do comum.

Esta potência não pode ser menosprezada ou tratada com violência. Os poderes públicos precisam ser mais permeáveis às suas demandas e formas de organização política e social. É extremamente importante que o Estado se deixe afetar pelos seus ativismos criando



6 - Página “Secundaristas em Luta – GO” no Facebook: <https://www.facebook.com/Secundaristas-em-Luta-GO-1700458980240969/>

7 - Página “Secundaristas em Luta – GO” no Facebook: <https://www.facebook.com/Secundaristas-em-Luta-GO-1700458980240969/>

8 - Vídeo “(Re)existir”: <https://www.facebook.com/Secundaristas-em-Luta-GO-1700458980240969/videos>

9 - Vídeo da caravana e do encontro entre os estudantes de SP e GO: <https://www.facebook.com/caio.castor/videos/vb.1780171181/10203748831319505/?type=2&theater>

canais formais de participação social (conselhos, consultas públicas e audiências) para a construção do diálogo e da tomada de decisões de modo mais coletivo e participativo. Isso inclui a necessidade de ampliarmos a oferta de plataformas digitais colaborativas para a discussão de políticas públicas que atendam às demandas colocadas pelos jovens para a sociedade; se a juventude migrou para o uso dos smartphones, melhor seria se estas ferramentas fossem disponibilizadas também como aplicativos para esses aparelhos. Assim, aos ativismos e práticas de participação social soma-se o exercício da cidadania de forma ativa e revitalizada.

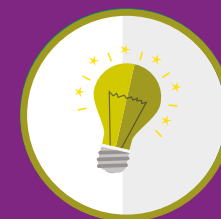
A ampliação do acesso à internet gratuita e a melhora da qualidade da conexão é fundamental para a inclusão dos setores da sociedade que ainda não participam plenamente da cultura digital.

Os poderes públicos, especialmente as prefeituras, têm papel importante; a implantação de redes wi-fi em praças, parques, vias de fluxo e estações de ônibus, trens e metrô caminha muito lentamente no País, o que limita o acesso à internet de amplas camadas da sociedade e reduz o potencial de participação social dos jovens. Da mesma forma, a desigualdade territorial da infraestrutura para o acesso à internet é uma barreira para a participação de comunidades distantes dos centros econômicos e de poder do País; enquanto não avançarmos nas políticas de inclusão digital teremos parte dos nossos jovens excluídos ou impossibilitados de utilizar a rede para participar da vida pública, para se informar sobre o que estão fazendo e construindo outros jovens, para dar visibilidade aos seus projetos ou problemas e para produzir e distribuir suas produções culturais.

Para que isso ocorra, é necessária a realização de pesquisas que organizem indicadores sociais para a construção de políticas públicas, e isso não cabe apenas às universidades e órgãos de planejamento social, mas também deve incluir empresas e prestadores de serviço que assumam responsabilidades sociais e políticas de forma ética e transparente. **Estas pesquisas precisam incluir os jovens não apenas como objeto de estudos, mas também como protagonistas e parceiros na produção de conhecimento sobre as temáticas que dizem respeito às suas vidas e à esfera pública.** Da mesma forma, os setores privados comprometidos com a democratização do acesso às tecnologias digitais podem e devem estimular o debate e a participação dos jovens apoiando projetos de iniciativa da juventude, abrindo suas agendas para as demandas apresentadas por eles e, principalmente, colaborando com o poder público na implementação de políticas que respondam às práticas e questionamentos juvenis em relação ao presente e ao futuro da sociedade.

Ativismo

Dados da pesquisa



Em suas duas edições, o estudo Juventude Conectada procurou mapear os usos e apropriações das tecnologias de informação e comunicação pelos jovens brasileiros, explorando quatro eixos fundamentais de investigação: comportamento, educação e aprendizagem, ativismo e empreendedorismo.

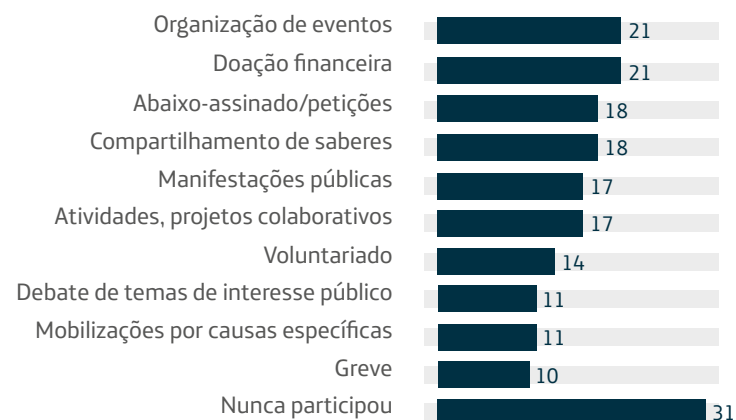
Para cada um deles, foram elaborados diferentes conjuntos de questões e enunciados que avaliam atitudes e comportamentos em relação aos assuntos abordados, captando as impressões e tendências mais relevantes nas cinco regiões do País.

Ativismo

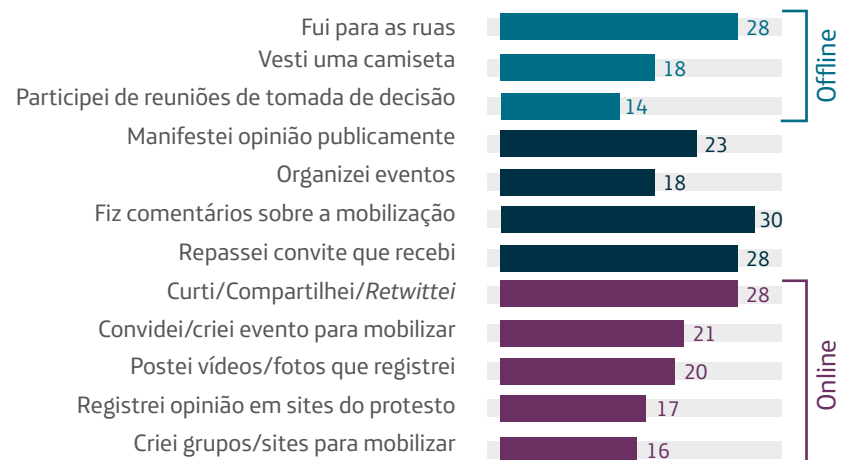
205 milhões em ação

Os ecos das jornadas de junho de 2013 ainda reverberam, especialmente online

A participação social é, em termos gerais, alta: apenas 31% diz nunca ter participado de qualquer tipo de atividade. E esse número representa uma ligeira elevação no engajamento em relação ao registrado na primeira edição do estudo: em 2013, esse percentual era de 38% dos jovens entrevistados pelo Juventude Conectada.



Entre as principais formas de engajamento mencionadas estão, além de ir para as ruas, repassar convites para atos, compartilhar conteúdo nas redes sociais e fazer comentários online. Interessante notar que o percentual de participação presencial é o mesmo das iniciativas online.



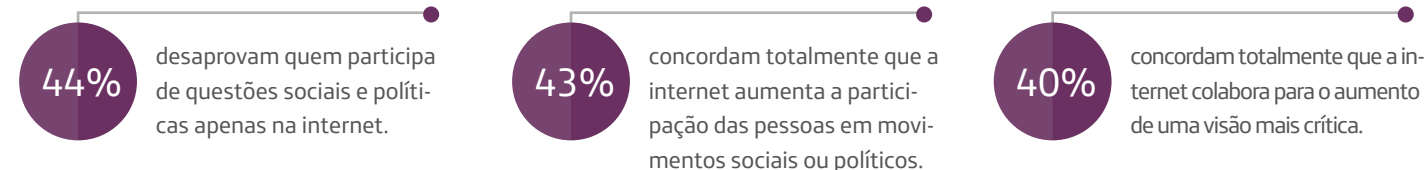
Para os jovens, a internet é uma ferramenta importante de participação social. Quando uma iniciativa é iniciada online, a probabilidade de participação, sua efetividade e alcance aumentam. Apesar disso, a maioria dos entrevistados espera que o engajamento não se restrinja ao ambiente online.

“A divulgação é muito grande pela internet. Espalha muito rápido.”

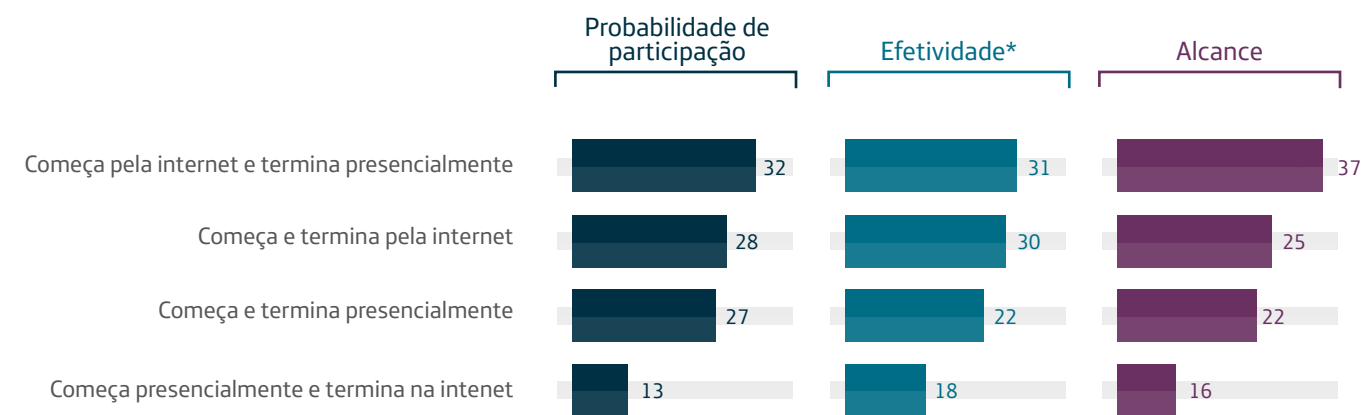


(Curitiba, 20-24 anos, classes C e D)

É possível notar que, de 2013 para cá, os jovens têm uma visão mais crítica do tema da participação social, ao mesmo tempo em que se consolidou entre eles a visão de que as redes têm força para unir as pessoas em torno de algumas causas.



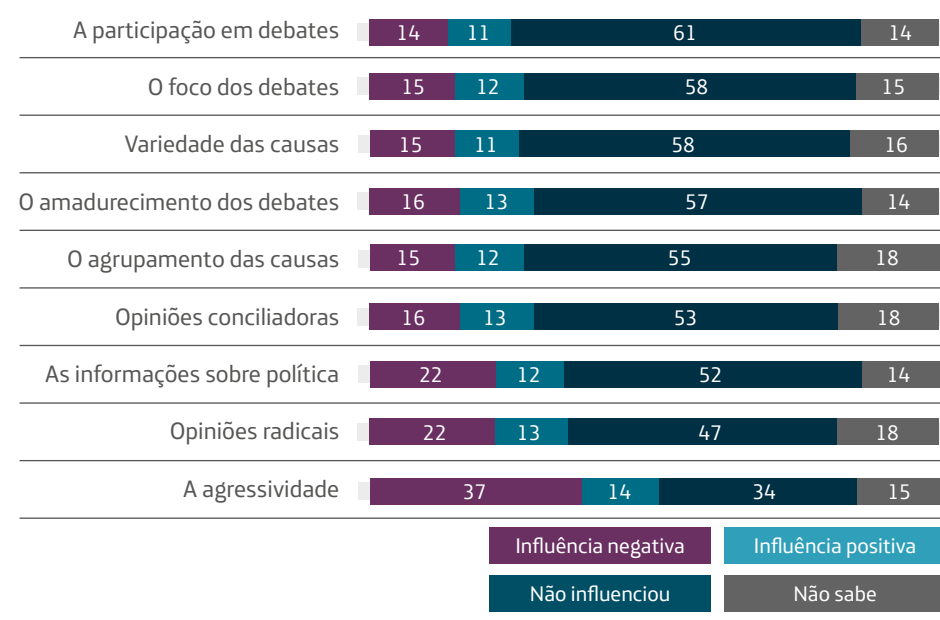
O que o jovem pensa das diferentes formas de participação



*Devido aos arredondamentos do programa de planilhas, os números relativos a algumas dessas categorias podem variar de 98% a 102%.

Essa percepção do impacto positivo da internet e das redes sociais sobre a participação social é compartilhada por uma maioria significativa dos jovens entrevistados nesta segunda edição do estudo. A única exceção diz respeito à agressividade, como detalhado no gráfico a seguir.

Como os jovens percebem a influência da internet nos últimos dois anos



Leia mais sobre a questão do aumento da agressividade nas redes sociais nas págs. 68 a 71.

À medida que o repertório de navegação se aprofunda, crescem consideravelmente os índices de concordância quanto ao potencial da internet de auxiliar a disseminação de informações sobre causas sociais, políticas e ambientais, a organização em prol da resolução de problemas e a formação de um espírito crítico. Vale notar, nos gráficos a seguir, como os exploradores avançados se posicionam consistente e significativamente acima da média em todas as afirmações.

	2015	Índice de concordância		
		Explorador iniciante	Explorador intermediário	Explorador avançado
Antes de aceitar um convite na internet de uma manifestação, verifico se a fonte é confiável	7,8	7,6	8,0	8,3
A internet aumenta a participação das pessoas em manifestações/movimentos sociais ou políticos	7,6	7,3	7,8	8,1
A internet colabora com o aumento da visão crítica	7,4	7,1	7,6	8,1
A internet permite a melhor organização das pessoas para resolver problemas da sociedade	7,0	6,8	7,2	7,6
Procuo aprender sobre causas sociais, ambientais e políticas pela internet	6,9	6,4	7,2	8,2
A internet facilita o meu envolvimento em ações solidárias/doações de dinheiro, tempo, trabalhos e outros recursos para causas sociais	6,9	6,4	7,2	7,7
A internet é a melhor ferramenta para manifestar minha opinião	6,8	6,4	7,1	7,5
Prefiro não publicar minhas ideias sobre política na internet para não sofrer ameaças ou brigar com alguém	6,3	6,2	6,2	6,5
Aprovo quem participa de questões sociais e políticas apenas pela internet	6,2	5,8	6,4	7,2

Quando avaliada sob a ótica de diferentes aspectos demográficos, os meninos apresentam as médias mais altas de concordância para as questões que relacionam a internet e participação social.

Já quando analisados sob a ótica das faixas etárias, os índices de concordância não apresentam diferenças estatísticas relevantes.

	2015	Gênero		Idade		
		Masculino	Feminino	15-19	20-24	25-29
Antes de aceitar um convite na internet de uma manifestação, verifico se a fonte é confiável	7,8	7,8	7,9	7,8	8,0	7,7
A internet aumenta a participação das pessoas em manifestações/movimentos sociais ou políticos	7,6	7,6	7,6	7,5	7,6	7,5
A internet colabora com o aumento da visão crítica	7,4	7,6	7,3	7,4	7,4	7,4
A internet permite a melhor organização das pessoas para resolver problemas da sociedade	7,0	7,2	6,9	7,0	7,1	7,1
Procuro aprender sobre causas sociais, ambientais e políticas pela internet	6,9	7,1	6,8	6,9	7,0	7,0
A internet facilita o meu envolvimento em ações solidárias/doações de dinheiro, tempo, trabalhos e outros recursos para causas sociais	6,9	6,8	6,9	6,8	6,9	6,9
A internet é a melhor ferramenta para manifestar minha opinião	6,8	6,9	6,7	6,9	6,8	6,7
Prefiro não publicar minhas ideias sobre política na internet para não sofrer ameaças ou brigar com alguém	6,3	6,3	6,2	6,3	6,3	6,3
Aprovo quem participa de questões sociais e políticas apenas pela internet	6,2	6,4	6,1	6,2	6,3	6,3

Com relação às diferenças observadas entre os jovens com diferentes graus de escolaridade, é possível notar que os índices de concordância crescem entre os entrevistados do ensino superior, posicionados acima da média nacional em todas as questões.

Entre as principais peculiaridades observadas quando a amostra é segmentada por classe social, há um índice de concordância mais elevado entre os jovens das classes A e B. Note, a partir das médias detalhadas abaixo, que os representantes da **classe A são os que apresentam maior grau de engajamento em atividades como manifestações, voluntariado e doação financeira e os da classe B são os que mais afirmam utilizar a internet para aprender sobre causas sociais, ambientais e políticas.**

	2015	Escolaridade			Classe			
		Fundamental	Médio	Superior	A	B	C	D
Antes de aceitar um convite na internet de uma manifestação, verifico se a fonte é confiável	7,8	7,8	7,7	8,2	7,9	8,0	7,8	7,6
A internet aumenta a participação das pessoas em manifestações/movimentos sociais ou políticos	7,6	7,6	7,5	7,7	8,1	7,7	7,5	7,5
A internet colabora com o aumento da visão crítica	7,4	7,3	7,4	7,6	6,9	7,6	7,4	7,2
A internet permite a melhor organização das pessoas para resolver problemas da sociedade	7,0	7,1	6,9	7,2	7,2	7,2	7,0	7,0
Procuro aprender sobre causas sociais, ambientais e políticas pela internet	6,9	6,8	6,8	7,3	7,2	7,3	6,8	6,6
A internet facilita o meu envolvimento em ações solidárias/doações de dinheiro, tempo, trabalhos e outros recursos para causas sociais	6,9	6,9	6,7	7,0	7,1	7,1	6,8	6,6
A internet é a melhor ferramenta para manifestar minha opinião	6,8	7,0	6,8	6,8	7,0	7,0	6,8	6,6
Prefiro não publicar minhas ideias sobre política na internet para não sofrer ameaças ou brigar com alguém	6,3	6,0	6,4	6,4	6,1	6,3	6,2	6,5
Aprovo quem participa de questões sociais e políticas apenas pela internet	6,2	6,1	6,3	6,3	6,6	6,4	6,1	6,2

Quem sabe faz a hora

A sociedade civil ganha dinâmica própria e os movimentos se concentram em pautas mais específicas

Realizados antes da eclosão das ocupações de escolas estaduais (em SP e em Goiás), os grupos de discussão registraram uma percepção de que a grande participação em mobilizações sociais tinha ocorrido em junho de 2013 e que, em 2015, havia menos participação no plano real, apesar da continuidade do engajamento em causas sociais no plano virtual.

Muitos dos entrevistados que declararam não ir às ruas também não se sentiam participando menos ou deixando de colaborar com a sociedade – ainda que alguns digam considerar o envolvimento online uma forma de participação ‘menos impactante’. Apesar disso, **boa parte declarou já não lembrar exatamente das pautas que levaram à mobilização em 2013**, demonstrando uma percepção de que os ganhos das jornadas de junho foram aquém do esperado.

Leia mais sobre o legado das manifestações no artigo sobre participação de jovens conectados, Capítulo 7, pág. 119.

“O gigante acordou e dormiu novamente.”

(Belém, 16-19 anos, classes A e B)



“O impacto até agora não foi nenhum, apenas chamou-se a atenção.”

(Belém, 16-19 anos, classes A e B)



“Poucas manifestações têm grande impacto, ainda por questões políticas e burocráticas e por parte também de uma parcela da sociedade.”

(Belém, 16-19 anos, classes A e B)



“As manifestações podem não ter o impacto que esperamos, mas pelo menos modificam algumas coisas.”

(Belém, 16-19 anos, classes A e B)



Por outro lado, os especialistas ouvidos pelo estudo entendem que essa percepção dos jovens pode ser decorrente de um movimento de maior qualificação das reivindicações. E enxergam o legado das manifestações de 2013 em experiências de participação social recentes, notadamente a ocupação das escolas estaduais em São Paulo. Para eles, **em 2015 se esboçaram novas instâncias de participação fora do sistema partidário, com a sociedade civil ganhando um dinamismo próprio.**

“Voltamos ao espírito de junho de 2013: não é do PT, do PSDB, não é de nenhum partido político. A gente está falando de política pública, a gente não está falando sobre politicagem.”

Miguel Lago, cientista político, ativista, Nossas Cidades

“A impressão que me dá é que esses processos de participação são de certo modo cíclicos. Por exemplo, agora em São Paulo a gente está vendo essa mobilização do jovem, após termos vivido um período de certa calma depois de junho de 2013.”

Inês Vitorino, socióloga, professora da Universidade Federal do Ceará

Nas jornadas de junho de 2013, a indignação, de certo modo difusa, em relação aos serviços públicos foi o mote principal. **A novidade de 2015 em relação a 2013 é que as causas que movem a participação começam a se diferenciar entre si, atreladas a pautas mais específicas, no interior de dois eixos principais:**

- ✓ Por políticas públicas, contra a inoperância do poder público: a ocupação das escolas em São Paulo e Goiás são o exemplo mais contundente.
- ✓ Por reconhecimento e pelo direito à diferença: feminismo na internet e nas redes sociais, maior visibilidade dos movimentos LGBT, apoio aos “rolezinhos” dos jovens das periferias.

E, nesse contexto, **a tecnologia e as redes sociais em especial têm um importante efeito mobilizador**. Elas contribuem significativamente para fomentar a participação e difundir notícias ligadas a esses movimentos. Para os especialistas, **a tecnologia não é o motor desses processos, mas um elemento facilitador. A motivação inicial são os próprios dilemas** enfrentados pela sociedade com relação a temas específicos (como racismo, machismo, homofobia ou mesmo uma proposta de reforma educacional que não tenha sido previamente debatida com as partes interessadas).

“Agora as manifestações dos estudantes, manifestações pró ou contra *impeachment* também, todas elas foram organizadas por meio de mídia social, então, não dá para dizer que o Facebook, por exemplo, não consegue agregar tanta gente, porque consegue sim.”

Harika Maia, cientista social, Programa VAI da Prefeitura de São Paulo

“A tecnologia cria novas possibilidades de articulação, novas possibilidades de intercâmbio entre grupos que usualmente não se relacionariam. Esse potencial mobilizador é muito claro. Mas a energia que faz com que os jovens se mobilizem tem mais a ver com as faltas propriamente ditas que eles estão enfrentando. A tecnologia tem importância no compartilhamento dessas informações, mensagens, da sensibilização dessa pauta nesse campo da esfera pública.”

Inês Vitorino, socióloga, professora da Universidade Federal do Ceará

Alguns **fenômenos recentes de participação social têm relação ainda mais estreita com a internet**, na medida em que ficam circunscritos às próprias plataformas de interação, ao espaço online. O exemplo que melhor ecoou entre a juventude conectada brasileira foi, em 2015, a inundação do Twitter e do Facebook por *hashtags* feministas.

Iniciado por um grupo de discussão online sobre feminismo (o Talk Olga), esse movimento propunha que garotas e mulheres adultas compartilhassem em suas redes sociais depoimentos pessoais demarcados com a *hashtag* **#meuprimeroassedio**. A proposta era qualificar os números levantados pela **Campanha Chega de Fiu Fiu** por meio de uma pesquisa online sobre assédio, traduzindo os altos índices em histórias do dia a dia, compartilhadas por pessoas de diferentes círculos de relacionamento. Somente no Twitter, foram registrados cerca de 90 mil depoimentos.

Na percepção dos especialistas, o fenômeno esteve circunscrito às classes média e alta, não chegando a atingir jovens de baixa renda.

“A *hashtag*... Elas conseguem se conectar com mais mulheres, se sentem mais livres para poder falar sobre o que precisam falar. A *hashtag* tem aquela função de permitir a fala, de finalmente poder abrir o que está falando, sem precisar fazer denúncia, sem precisar lançar mão de uma lei Maria da Penha.”

Marcio Black, coordenador de movimentos sociais, Avaaz



Outro exemplo de como a tecnologia pode viabilizar novas formas de engajamento e participação social vem das periferias das grandes cidades. Entre jovens de classes mais baixas, é especialmente importante o uso das câmeras dos celulares para registrar (principalmente em vídeo) episódios que ou não interessam às mídias de massa ou que, de outro modo, não seriam disseminados. O compartilhamento desses vídeos ajuda a dar visibilidade ao que é pouco noticiado na mídia tradicional ou a causas locais.

“A TV nunca mostra a realidade, a internet tem os dois lados.”

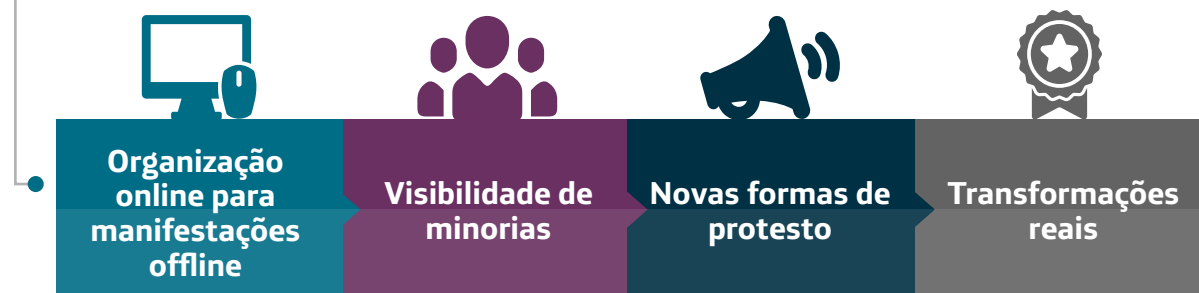
(Recife, 16-19 anos, classes A e B)

Na primeira edição do estudo Juventude Conectada, o uso de celulares como estratégia para dar visibilidade a fatos pouco cobertos pela mídia já aparecia, ainda muito ligado à repressão policial nas jornadas de junho, com especial menção à experiência da Mídia Ninja. Nas ocupações das escolas em São Paulo, o uso do WhatsApp também foi marcante, ao lado do uso das câmeras, como meio de comunicação e mobilização. Grupos de uso restrito aos estudantes envolvidos foram criados para trocar informações e coordenar ações. Pais, professores e membros das comunidades no entorno das escolas foram adicionados a outros grupos de mensagens instantâneas, destinados à organização de vigílias diante das escolas ocupadas, planejamento de doações dos insumos necessários aos ocupantes e até mesmo serviços de alerta em caso de invasões da polícia ou de outros grupos.

“Acho que essa facilidade que a gente tem do uso dos celulares como uma ferramenta de registro e uma possibilidade de esse jovem expressar isso é algo potente, que pode também aproximar a sociedade, que permite que a sociedade veja também qual é o sofrimento que esse jovem passa na periferia antes de ter um julgamento superficial baseado na lógica desses programas policiais que a gente vê no País.”

Harika Maia, cientista social, Programa VAI da Prefeitura de São Paulo

Evolução da participação social com a internet:



Outra mudança importante em relação a 2013 e que talvez tenha sido menos percebida ou comentada foi um estreitamento dos laços entre professores e alunos, estimulado pela participação dos jovens em manifestações e protestos e por um momento de maior identificação e sentimento de valorização do aluno pelo professor, como indivíduo e cidadão.

“A gente ia fazer um teste de Português no dia e eu falei: ‘não, eu tenho que ir para a manifestação. E a professora: ‘Pode ir que eu te dou o teste outro dia’.”

(Recife, 16-19 anos, classes A e B)

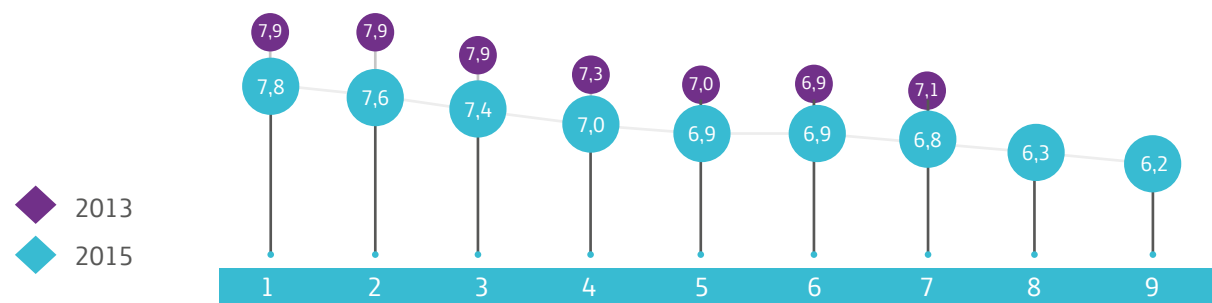
“Na minha escola até os diretores falavam: ‘Vocês têm que ir para lutar pelos seus direitos’.”

(Belém, 16-19 anos, classes A e B)

Evolução de aprendizados

No que diz respeito à participação social, pouco mudou

Uma comparação das percepções e atitudes declaradas pelos jovens entrevistados durante as etapas quantitativas das duas edições do estudo Juventude Conectada mostra que, embora evoluções importantes tenham sido registradas (e detalhadas ao longo deste capítulo), não há movimentações significativas quanto aos aspectos que dizem respeito à participação social. Para um panorama mais detalhado, as médias dos índices de concordância para cada questão vêm pontuadas abaixo:



1- Antes de aceitar um convite na internet de uma manifestação, verifico se a fonte é confiável

2- A internet aumenta a participação das pessoas em manifestações/movimentos sociais ou políticos

3- A internet colabora com o aumento da visão crítica

4- A internet permite a melhor organização das pessoas para resolver problemas da sociedade

5- Procuo aprender sobre causas sociais, ambientais e políticas pela internet

6- A internet facilita o meu envolvimento em ações solidárias/doações de dinheiro, tempo, trabalhos e outros recursos para causas sociais

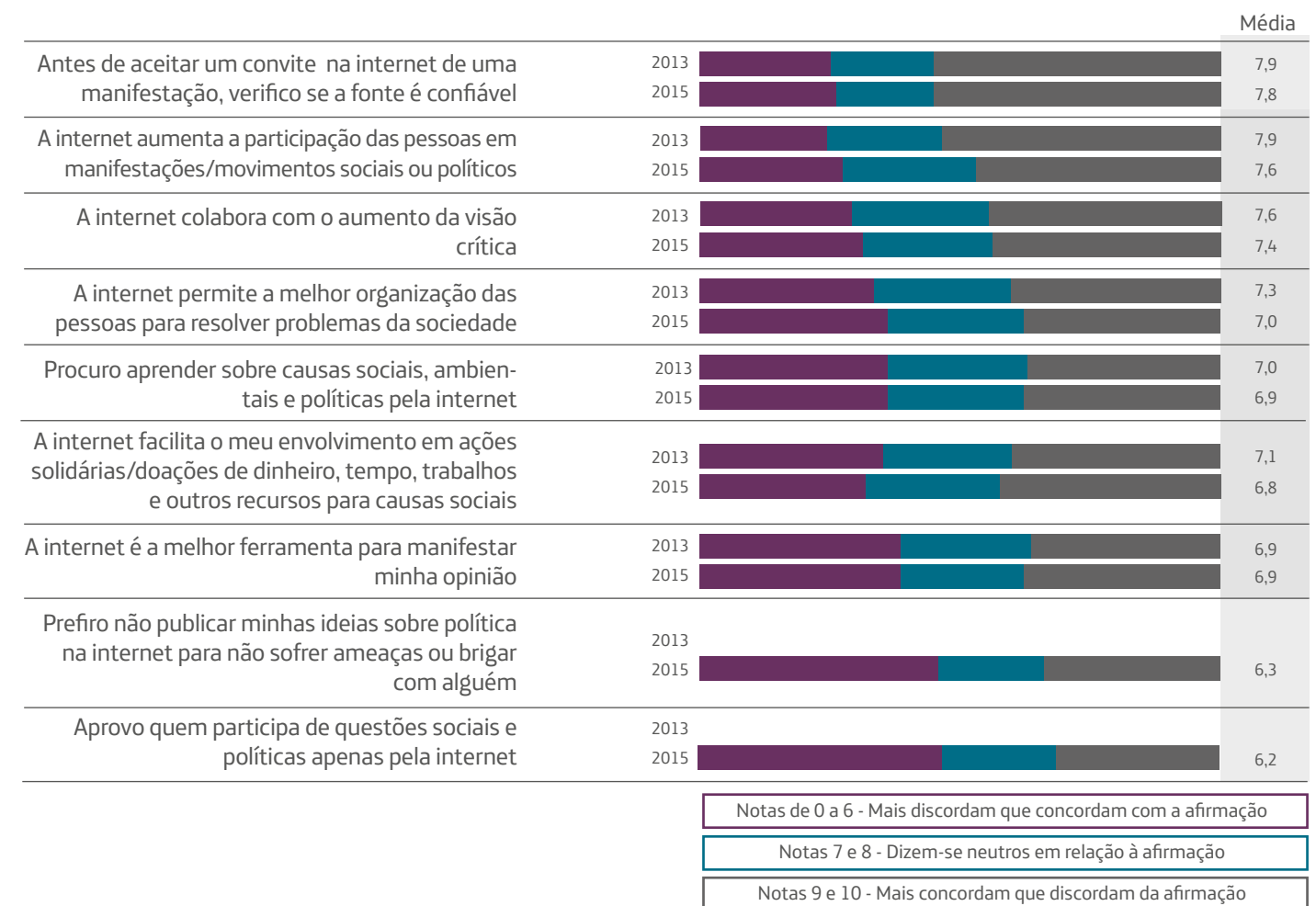
7- A internet é a melhor ferramenta para manifestar minha opinião

8- Prefiro não publicar minhas ideias sobre política na internet para não sofrer ameaças ou brigar com alguém

9- Aprovo quem participa de questões sociais e políticas apenas pela internet

* Como os questionários foram alterados da primeira para a segunda edição, algumas perguntas foram retiradas e outras novas foram inseridas (saiba mais sobre essas alterações no anexo da pág. 225).

Essa manutenção de percepções e atitudes também pode ser mais bem compreendida no gráfico a seguir, que delimita os percentuais da amostra que mais discordaram das afirmações (notas de 0 a 6), se declararam neutros em relação a elas (notas 7 e 8) e que mais concordaram com elas (notas 9 e 10). **Chama a atenção a ligeira queda das médias de concordância para todas as questões.**



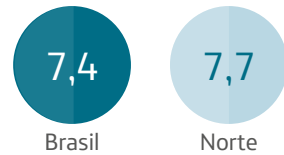
Peculiaridades regionais

As questões relacionadas à participação social apresentam resultados estatisticamente diferentes quando segmentadas por região

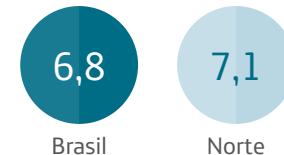
Região Norte



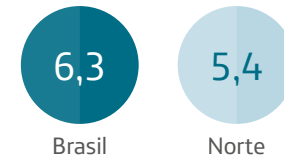
São os que **mais concordam** que a **internet colabora** para o **aumento de uma visão crítica**



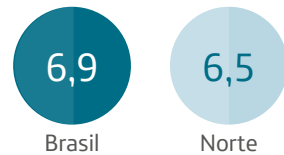
São os que **mais concordam** que a internet é a **melhor ferramenta para manifestar**



São os que **mais discordam** de que é **preferível não publicar uma opinião** online para **evitar brigas e ameaças**



São os que **menos concordam** que a **internet facilita o envolvimento em ações solidárias** e as doações para causas sociais

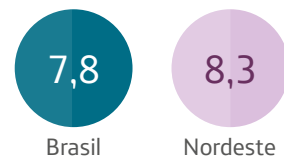


Região Nordeste

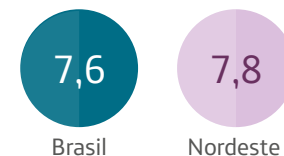


Os jovens tendem a apresentar os **índices de concordância mais altos**, situados consideravelmente acima da média em alguns casos.

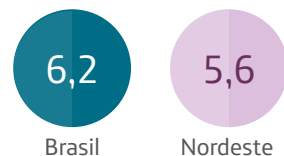
São os que **mais afirmam verificar se as fontes dos convites que recebem são confiáveis**



São os que mais concordam que a **internet aumenta a participação de pessoas em manifestações**



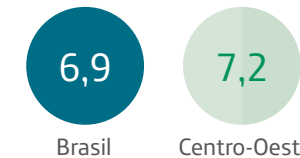
Por outro lado, são os que **mais reprovam a participação social exclusivamente pela internet**



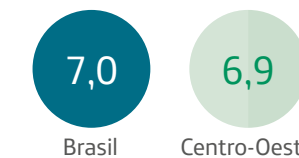
Região Centro-Oeste



São os que **mais utilizam a internet para aprender sobre causas sociais**, ambientais e políticas



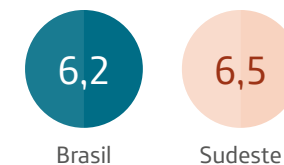
Depois dos jovens da região Sul, são os que **menos concordam que a internet permite uma melhor organização das pessoas para resolver problemas da sociedade**



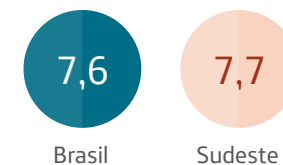
Região Sudeste



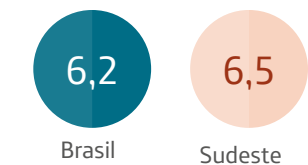
São os que **mais aprovam a participação social exclusivamente pela internet**



Depois dos jovens da região Nordeste, são os que **mais concordam que a internet aumenta a participação de pessoas em manifestações**



Depois dos jovens da região Norte, são os que **mais concordam que a internet é a melhor ferramenta para manifestar opinião**

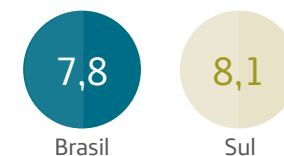


Região Sul

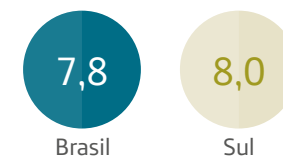


Apresenta os **índices de concordância mais baixos para as questões que relacionam internet e participação social**, posicionando-se abaixo da média em todas elas.

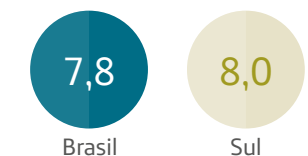
São os que **mais discordam que a internet aumenta a participação de pessoas em manifestações**



São os que **mais discordam que a internet colabora para o aumento de uma visão crítica**



Por outro lado, são os que **menos verificam se as fontes dos convites que recebem são confiáveis**





O jovem brasileiro quer empreender!

Empreendedorismo

Marcelo Nakagawa

Doutor em Engenharia de Produção (POLI-USP), mestre em administração e planejamento (PUC-USP) e graduado em Administração de Empresas (FEA-USP), Marcelo tem uma experiência de mais de 20 anos como executivo e acadêmico nos temas de empreendedorismo, inovação e desenvolvimento de empresas. É professor de empreendedorismo do Insper, pesquisador associado do Núcleo de Política e Gestão Tecnológica da USP, consultor acadêmico de empreendedorismo e inovação da Endeavor e do SENAC-SP e diretor de empreendedorismo da FIAP. Também é colunista e contribuidor do Estadão PME; Pequenas Empresas, Grandes Negócios; e Exame PME.

O jovem brasileiro quer empreender!

E por que isto é bom para todos nós?

Pais, educadores, formuladores de políticas públicas, executivos e todos que lidam com o jovem brasileiro de alguma forma precisam atentar-se para a tendência identificada pelo estudo Juventude Conectada em sua primeira edição (2013) e novamente confirmada nesta edição: o jovem brasileiro quer empreender!

Para os pais que educavam seus filhos considerando a lógica do emprego, é preciso compreender as implicações do empreendedorismo para a carreira profissional dos seus filhos. Para os educadores, é necessário refletir sobre o papel da educação empreendedora em todos os níveis educacionais, da educação infantil aos cursos de pós-graduação. Os formuladores de políticas públicas precisam considerar os estudos prospectivos sobre o futuro do emprego, os impactos da tecnologia no trabalho, a função da inovação na criação de bem-estar e riquezas e o papel do empreendedor nesse contexto. Isto é válido não só para os governos federal e estaduais, mas principalmente para os municipais, que precisam agir localmente para aproveitar o comportamento empreendedor destes jovens. O interesse pelo empreendedorismo ainda pode ser aproveitado pelas empresas, já que estas buscam profissionais mais empreendedores para lidar com o desafio crescente da concorrência e da demanda por produtos e serviços inovadores.

Neste artigo, os resultados do estudo Juventude Conectada 2015 são analisados, considerando as oportunidades e ameaças deste comportamento empreendedor cada vez mais consolidado entre os jovens brasileiros e reflexões são propostas sobre como o empreendedorismo jovem pode e deve ser integrado no desenvolvimento de um país melhor.

Esta segunda edição do estudo Juventude Conectada mostra que 65% dos jovens brasileiros preferem ter um negócio próprio a ser empregado de uma empresa. No levantamento, apenas 27% afirmaram que, se pudessem escolher, prefeririam ser funcionários de uma organização. Esta versão da pesquisa mostra uma ligeira queda no interesse de abrir um negócio próprio (em 2013, era de 71%), mas ainda consolida o interesse de ser dono da sua própria carreira no médio e longo prazos. O interesse em empreender um negócio próprio é alto em todas as regiões, níveis de renda, faixas etárias e é sempre considerado no horizonte de médio e longo prazos.

Ter um negócio próprio já é algo considerado no dia a dia do jovem brasileiro. Empreendedorismo precisa estar na agenda dos que lidam com a juventude brasileira.

Mais do que querer ter um negócio próprio, uma parcela considerável dos jovens já está empreendendo, seja desenvolvendo conteúdo digital, comercializando itens em lojas próprias ou por meio de plataformas de comércio eletrônico e até programando aplicativos e sites. Neste último nicho de atuação, 13% dos meninos e 8% das meninas afirmaram que já vem atuando com esse tipo de negócio. Para a maioria dos jovens, a tecnologia não só ajuda e facilita o aprendizado, mas também o empreendedorismo.

Para boa parte desses jovens, empreender não está associado à criação de um CNPJ, mas a uma forma de gerar renda a partir do próprio esforço, bens e conhecimento. Mais que empreendedorismo, é uma expressão de protagonismo e autonomia destes que já são nativos digitais.

A pesquisa constatou que o jovem brasileiro entende que:

Existem novos métodos e novos meios de empreender com a internet.

Hoje é possível monetizar quase todo tipo de conteúdo e tem muita gente que ganha dinheiro dessa forma.

Há novas formas de "negócio", com aplicativos colaborativos, que permitem pessoas superarem dificuldades.

Mas a principal razão para empreender ainda é bastante ampla e se concentra no interesse em "colocar em práticas os seus sonhos". Os jovens associam o empreendedorismo ao sucesso e enriquecimento rápido, como é amplamente divulgado pelos veículos especializados no assunto. Acreditam que basta uma boa ideia para o negócio decolar na internet e o empreendedor ficar milionário. É uma motivação traiçoeira, já que entre 50 e 60% dos novos negócios no Brasil fecham as portas antes de atingir cinco anos de operação. Mas, mesmo diante do interesse utópico em realizar um "sonho", há uma consciência consolidada por parte do jovem em ter conhecimento prévio para gerir um negócio e que é mais fácil hoje montar e operar uma loja virtual do que no varejo físico.

E, neste contexto de empreendedorismo e aprendizado, a internet tem um papel central para o jovem. Ao contrário das gerações anteriores, que percebem a internet como uma fonte de informações, os jovens entendem que a internet é um ambiente que vai além, permitindo desenvolvimento de novos projetos e negócios, inovações e até um meio para ganhar dinheiro.

O interesse do jovem brasileiro em empreender um negócio próprio está bastante alinhado com o futuro projetado por diversos especialistas que alertam para o futuro da sociedade baseada no emprego tradicional.

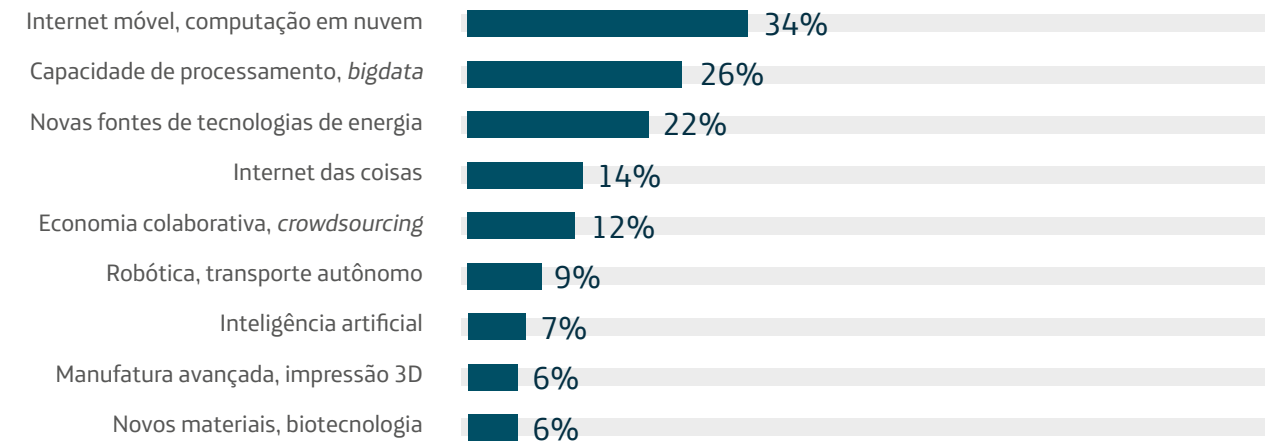
Governantes, empresários, pais e todos que lidam com o seu futuro, de alguma forma, precisam refletir sobre o poder da inovação e o papel do empreendedorismo no desenvolvimento social, dos negócios, dos filhos e na sua própria carreira profissional.

Boa parte dos líderes que participaram do Fórum Econômico Mundial em Davos (Suíça) no início de 2016 já tinha uma dimensão do impacto da inovação na sua área de atuação, mas saíram de lá muito mais preocupados com as disrupções tecnológicas que trarão profundas alterações econômicas e sociais nos próximos anos. Essas disrupções, quando combinadas, trarão impactos ainda mais profundos para todos nós. E, quando se menciona “próximos anos”, o horizonte analisado é de apenas cinco anos e o Brasil será um dos países mais afetados. No que passou a ser chamada de a “Quarta Revolução Industrial”, a previsão imediata é que, pelo menos, cinco milhões de empregos altamente qualificados desaparecerão até 2020.

A internet, principalmente a móvel, combinada a outras tecnologias como computação em nuvem, *big data* e internet das coisas serão os grandes causadores dessas disrupções, segundo o Fórum Econômico Mundial.



Causadores tecnológicos das disrupções até 2020



Fonte: Future of Jobs Survey, World Economic Forum, pág. 2.

O segmento de transporte urbano individual é o exemplo visível deste tipo de disrupção. Os aplicativos de táxi como o 99Taxi e EasyTaxi rapidamente tornaram obsoletas as cooperativas de taxistas e os serviços de “disque táxi”. Mas, em menos de dois anos, aplicativos como o Uber e o Lyft se tornaram fortes concorrentes dos taxistas ao acrescentar milhares de novos prestadores de serviços. Porém, espera-se que novas soluções de carros compartilhados como o Fleety, PegCar e ZazCar também passem a concorrer com os taxistas. E ainda há grandes apostas nos veículos autônomos, que substituirão em definitivo a necessidade de motoristas. Nessa dinâmica, as licenças de táxis, antes passadas de pai para filho ou revendidas por valores que poderiam chegar a R\$ 100 mil, em menos de cinco anos, perderam boa parte do seu valor.

Movimentos semelhantes estão sendo observados em outros setores. As agências de viagens já vinham sofrendo forte concorrência das soluções diretas como a compra de passagens das empresas aéreas ou diárias dos hotéis, mas muitas se tornaram obsoletas diante de serviços como o TripAdvisor ou Booking.com. A indústria hoteleira não acreditou que o AirBnB seria um concorrente importante até perceber que a *startup* passou a valer mais do que as maiores cadeias de hotéis do mundo. Agora, o AirBnB ameaça também as imobiliárias tradicionais.

As indústrias de viagens, hoteleira e imobiliária são, historicamente, grandes contratantes de jovens.

Estes exemplos já são conhecidos. O que o relatório do Fórum Econômico Mundial aponta é a disrupção em setores muito intensivos em conhecimento e alguns altamente regulados que estão sofrendo drásticas mudanças de consumo ou sendo desafiados por inovações tecnológicas que estão sendo rapidamente adotadas.

Uma das mudanças de consumo mais drásticas observadas e refletidas no Fórum Econômico Mundial é o fim do dinheiro em espécie. Cada vez mais as pessoas usam menos papel moeda em suas transações. E mesmo aquelas empresas que costumemente aceitam dinheiro físico, como lojas de rua ou restaurantes, estão preferindo o pagamento via transação eletrônica como cartões de débito ou crédito. Nesse contexto, os maiores bancos mundiais que foram a Davos estão se perguntando qual é o papel de um banco, principalmente de uma agência bancária?

Jovens que desafiam os bancos

Henrique Dubugras aprendeu a programar em 2008, quando tinha 12 anos. Fundou um site que recebeu aporte de uma fundação quando tinha 15 anos e, no ano seguinte, ganhou uma competição de programação nos Estados Unidos. Pedro Franceschi descobriu a programação em 2005, quando tinha 9 anos. Aos 12 anos, foi o primeiro do mundo a desbloquear o iPhone 3G e aos 15 anos arranhou um jeito para que o assistente pessoal da Apple falasse português. Aos 16 anos, juntaram forças para criar a Pagar.me, uma solução de pagamento online avaliada em cerca de R\$ 500 milhões em 2015.

Fonte: Guilherme Felitti, Revista Época Negócios, 28 de dezembro de 2014

Para lidar com o desafio da inovação, os principais bancos mundiais passaram a apoiar jovens empreendedores e a incentivar o empreendedorismo dos seus próprios colaboradores. Em 2014, o Bradesco lançou o InovaBRA, um programa que integra *startups* brasileiras com as operações do banco. No ano seguinte, o Itaú lançou o Cubo, um espaço de *coworking* que abriga dezenas de *startups* além de oferecer vários eventos de empreendedorismo diariamente. Em 2016, o Santander se associou à Mastercard no Brasil para criar o Santander Labs, para incentivar o empreendedorismo interno e em parceria com *startups* brasileiras. Outras grandes organizações já haviam se movimentado antes disso. O Grupo Telefônica trouxe a Wayra, sua aceleradora mundial de *startups*, para o Brasil em 2012. Em 2014, a Coca-Cola lançou a Coca-Cola *Founders*, que incentiva jovens colaboradores internos a se associarem a empreendedores externos para juntos fundarem *startups* apoiadas pela empresa. A iniciativa de apoiar o empreendedorismo corporativo que vem sendo praticado pela iniciativa privada também ganhou versões governamentais em 2015. O governo do Estado de São Paulo lançou o Pitch Gov e o Governo Federal criou o StartupGov. Ambas as iniciativas buscam integrar desafios de gestão com soluções criadas pelas *startups*.

Nas organizações, empreendedorismo também vem sendo desenvolvido e avaliado no comportamento dos seus colaboradores, principalmente naquelas que atuam em segmentos com concorrência muito acirrada. Isto é observado já nos programas de trainees e estágios, que privilegiam o candidato com comportamento mais empreendedor.

Comportamento empreendedor dos jovens é cada vez mais exigido pelas organizações

Principais requisitos avaliados no candidato a trainee	Segmento
Habilidade para negociação, capacidade de liderança, visão empreendedora, disponibilidade para viagens e mudança.	Bebidas
Visão comercial, perfil desafiador e empreendedor, gostar de mudança e de assumir riscos e habilidade para se relacionar com pessoas.	Varejo de moda
Garra/iniciativa, facilidade para trabalhar em equipes, capacidade empreendedora, criatividade e inovação.	Petroquímica
Vocação por gerar novas ideias, comprometimento em conseguir o que se propõe, capacidade de se adaptar às mudanças e desejo de trabalhar em equipe.	Bens de consumo

Fonte: Elaborado por Marcelo Nakagawa

Mas o alerta do Fórum Econômico Mundial sobre a Quarta Revolução Industrial afirma que o impacto será sentido em praticamente todos os setores e atuações profissionais, mesmo aquelas altamente capacitadas. Talvez seja justamente nestas que o impacto será ainda maior. Professores altamente capacitados e didaticamente eficientes já foram os diferenciais das melhores instituições de ensino, mas novas soluções de aprendizagem adaptativa e educação à distância reduzem a dependência deste tipo de profissional. O acesso a este nível de educação está sendo cada vez mais popularizado por *startups* como Knewton (ou Geekie no Brasil), Coursera ou Khan Academy. O mesmo tende a ocorrer em outros segmentos intensivos em conhecimento, como jurídico, tecnologia da informação e médico, entre outros.

Exame oftalmológico feito em segundos e custando centavos

Nascido em Gaspar, uma pequena cidade do Vale do Itajaí, Santa Catarina, Vitor Pamplona nunca imaginou aonde poderia chegar e o impacto que poderia causar para milhões de pessoas com problemas oftalmológicos ao redor do mundo. Formado em Ciência da Computação em Blumenau, aos 22 anos iniciou seu mestrado na UFRGS concentrando seus estudos em visão computacional aplicados a estudos oftalmológicos. Dois anos depois, sua pesquisa já tinha virado doutorado, parte dele cursado no Massachusetts Institute of Technology (MIT). Em parceria com seu orientador do MIT, fundou a EyeNetra, considerada uma das *startups* mais inovadoras dos Estados Unidos, que desenvolve uma solução utilizando um smartphone e uma lente acoplada a um custo menor do que dois dólares e dá, em segundos, diversos diagnósticos oftalmológicos.

Fonte: Milena Lumini, *Diário Catarinense*, 12 de julho de 2014

É neste contexto, de intenso e crescente uso de tecnologias já inovadoras quando utilizadas individualmente, mas com enorme poder de disrupção quando integradas, que o jovem atualmente se insere no mercado de trabalho.

Para lidar com isto, no Fórum Econômico Mundial foi discutida a necessidade de governos e empresas criarem algo como um Ministério e Diretorias do Futuro, para não serem pegos de surpresa por tsunamis de inovações que colocam em cheque suas posições institucionais ou mercadológicas. Diante do acesso cada vez maior a informações, é inviável – quando não impossível – para governos e organizações tentar barrar a adoção de inovações disruptivas. Resta fazer parte deste movimento, incentivando o empreendedorismo inovador onde quer que ele ocorra, dentro ou fora das entidades.

Para as pessoas físicas preocupadas com suas carreiras ou mesmo os pais mais atentos com o futuro dos seus filhos, resta acreditar que o comportamento empreendedor será cada vez mais necessário para atuar em organizações pressionadas para inovar ou para criar seus negócios próprios.

Assim, enquanto os imigrantes digitais (empresas tradicionais e profissionais já estabelecidos) tentam entender e se ajustar ao que está acontecendo, os jovens conectados (nativos digitais) são os patrocinadores das disrupções.

Se você quer ver como este mesmo tema é tratado na área de educação, leia o Capítulo 5, pág. 87.

A emergência de uma nova classe de empreendedores

Apesar da queda do interesse verificada na edição de 2015 do Juventude Conectada, muito provavelmente em função da crise econômica vivenciada no mesmo ano, 65% dos jovens pesquisados ainda têm interesse em empreender em algum momento da sua vida. Esse interesse aumenta na medida em que o jovem se insere no mercado de trabalho como empregado. O interesse em ter um negócio próprio é majoritário entre todas as faixas etárias, mas entre os que apenas estudam é maior o percentual dos que gostariam de ser um empregado. Ainda que seja maior o percentual de jovens entre 15 e 19 anos que já criaram e comercializaram conteúdos específicos (como cursos, áudios, vídeos, *e-books*, apostilas etc.). E entre os que apenas trabalham, é maior o percentual dos que gostariam de empreender. Isto demonstra o crescente descontentamento do jovem em se ajustar às condições de emprego que encontra atualmente.

Curiosamente, o mito do empreendedor lendário, que teve uma grande ideia e alcançou o sucesso global, não é tão valorizado pelo jovem. Ainda que quase a totalidade de jovens use WhatsApp, são raros os exemplos de jovens que conhecem Jan Koum e Brian Acton, os criadores do aplicativo. A figura do grande empreendedor parece não afastar mais o jovem do sonho de ser dono do seu próprio destino, pois ele começa informalmente, comprando ou comercializando algum item em sites de comércio eletrônico, postando uma oferta em redes sociais ou anunciando em serviços de mensagens instantâneas.

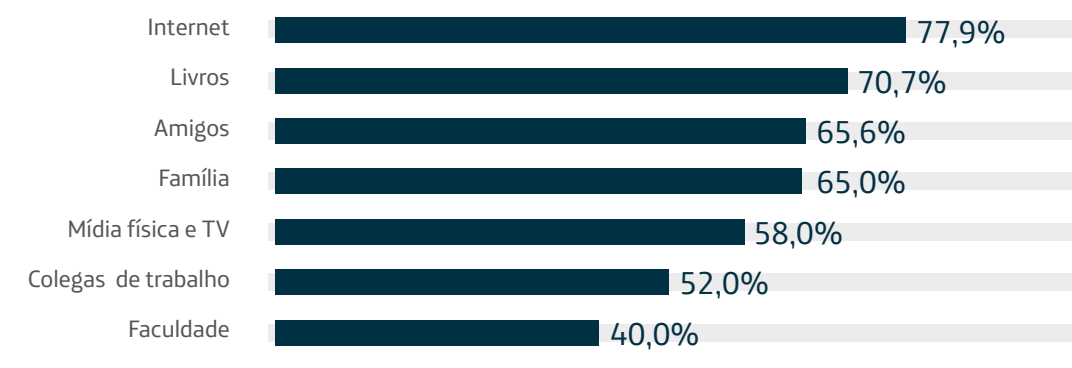
Esta nova classe de jovens que querem empreender ainda não está sendo bem atendida pelas iniciativas de apoio ao empreendedorismo e diversas questões precisam ser refletidas para alavancar a atitude empreendedora desta nova geração.

Quem dá mais apoio para empreender: a faculdade ou a internet?

Há muito tempo já existe a percepção de que a internet mudou a forma sobre como aprendemos e como nos relacionamos. Assim, é natural que a internet ocupe uma posição cada vez mais relevante no nosso dia a dia. Com boa parte dos jovens, esta mudança não ocorreu porque eles já nasceram em uma sociedade conectada e com acesso instantâneo às informações de que precisam.

No que tange especificamente ao apoio para quem pensa em empreender, a relação dos jovens com a internet vai além da fonte de informações ou meio de interação com outras pessoas e empresas. Em muitos casos, a internet é a principal forma de apoio para quem pretende empreender. Esta foi uma das constatações do levantamento feito pela Endeavor Brasil em 2014 com jovens recém-formados no ensino superior. Questionados sobre qual a principal fonte de apoio para quem pretende empreender, a internet apareceu em primeiro lugar.

Percepção de apoio para empreender entre os formados



Fonte: ENDEAVOR Brasil. Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras 2014, pág. 7.

Em nossa pesquisa, essa percepção foi ampliada para todos os jovens entre 15 e 29 anos, e o papel da internet continuou preponderante. Na pesquisa, os jovens avaliaram que diversos aspectos oferecidos pela internet podem ajudá-los a empreender. O quadro abaixo relaciona tais aspectos com formas de desenvolvê-los.

Dado que os jovens conseguem boa parte do apoio de que precisam via internet e reconhecem isso, qual o papel da faculdade na formação de novos empreendedores?

Quanto maior o uso da internet, maior é a percepção da oportunidade de empreender?

A internet tem impacto positivo e significativo em todos os aspectos associados à oportunidade de empreender, principalmente no que diz respeito ao seu papel na aceleração do desenvolvimento de projetos, na possibilidade de ganhar dinheiro online e no estímulo para inovar e gerar novas soluções. Mas no Juventude Conectada é possível notar uma sensível diferença de percepções entre o explorador iniciante, ou seja, o jovem que utiliza poucos recursos da internet e o explorador avançado, o que sabe utilizar as mais diversas capacidades da rede. O otimismo cresce em cerca de 13% nos quesitos mencionados acima entre estes dois grupos. Isto demonstra que um maior uso e conhecimento da internet também contribui para uma maior propensão para empreender. Disso surge a importância de aumentar o leque de atividades daquele usuário que apenas usa mensagens instantâneas, redes sociais, emails, mecanismos de buscas e sites de vídeos, incentivando-o a pensar, aprender e a interagir mais além do seu próprio mundo online.

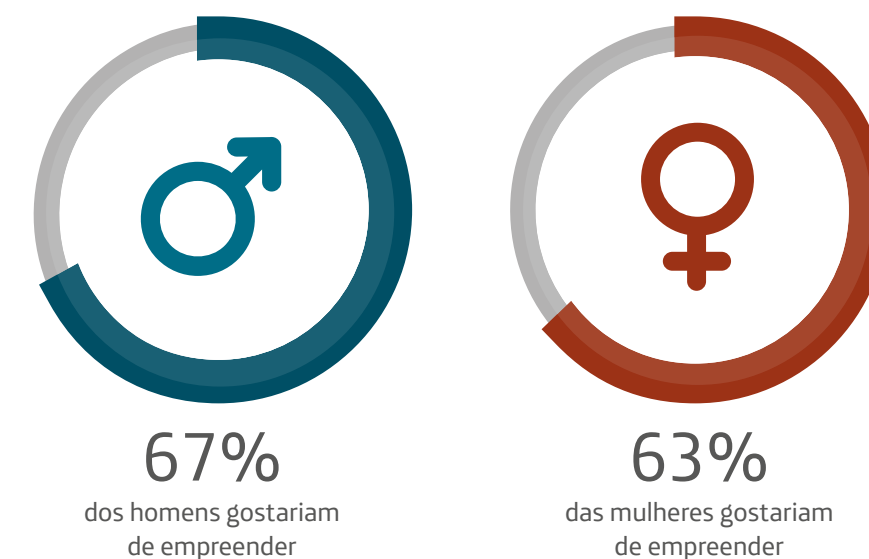
Percepções e atitudes do jovem sobre o papel da internet para quem pensa em empreender

Os jovens concordaram que	Como isto pode ser feito?
A internet pode acelerar o desenvolvimento de projetos.	Ferramentas que permitem criação de protótipos de aplicativos (Pop app), sites institucionais (Wordpress), questionários de validação (Survey Monkey), gestão de projetos (Trello).
É possível ganhar dinheiro trabalhando com as ferramentas da internet.	Produzindo conteúdo próprio (youtubers, blogueiros), revendendo bens pessoais (Mercado Livre, OLX, Enjoei), fazendo trabalhos específicos (GetNinjas, Freela, Tramos), produzindo artesanato (Elo7, Etsy).
A internet estimula a inovação/geração de ideias e novas soluções.	Sites que apresentam ideias de negócios (PEGN, Estadão PME, Exame), startups que estão captando recursos (CrunchBase, Startupi, TechCrunch), tendências (Springwise, Product Hunt, Projeto Draft).
Pela internet é possível sustentar negócios que ajudem a melhorar o mundo.	Negócios online baseados em doações (Wikipedia, Firefox), que conectam iniciativas (Atados, Rede Asta, Solidarium), que defendem causas (Escola Digital, Rede Mulher Empreendedora, Quintal de Trocas).
A internet favorece o surgimento de negócios que tenham impacto social.	Pelo acesso a exemplos (Artemisia, Ashoka, B Corps), cursos (Changemakers, Ashoka U), investimento de impacto (GIFE, Insper Metricis, ICE, ANDE).
A internet possibilita a criação de novos serviços/produtos/projetos que não seriam possíveis de outra maneira.	Aplicativos para smartphones e tablets, redes sociais, serviços de comunicação instantânea.
A internet permite levantar dinheiro/financiamento para a realização de projetos/novos negócios/startups.	Serviços de financiamento coletivo (Catarse, Kickante, Benfeitoria), capitalização coletiva (Broota, StartMeUp), financiamento <i>peer-to-peer</i> (Biva, Geru, Simplic).
A internet possibilita que pessoas com pouco capital tenham seus negócios.	Lojas pessoais (Mercado Livre, Enjoei, OLX), blogs e páginas em redes sociais para revenda de produtos, serviços via WhatsApp.

Fonte: Elaborado por Marcelo Nakagawa com base no Juventude Conectada 2015

Por que as mulheres empreendedoras ainda estão (ligeiramente) atrás?

A maioria dos jovens entrevistados gostaria de empreender se pudesse escolher. Mas esse desejo é um pouco mais forte entre os homens, apesar de 63% das jovens mulheres também demonstrarem essa vontade.



Fonte: Juventude Conectada 2015

Algo que chama a atenção nesta intencionalidade é que um número considerável (26% dos homens e 22% das mulheres) já está empreendendo ou empreendeu algum negócio na internet.

A pesquisa indicou que a internet contribui positivamente para que os jovens percebam as oportunidades para empreender. A novidade é que a igualdade de gênero bastante debatida em outros assuntos é praticamente alcançada quando são analisadas as percepções e atitudes dos jovens. Os homens têm uma percepção mais positiva em todos os quesitos analisados, mas apenas com ligeira vantagem.

As mulheres têm, aparentemente, um pouco mais de dificuldade em compreender como a internet pode acelerar o desenvolvimento de projetos, em como é possível sustentar negócios que ajudem a melhorar o mundo, em como a internet possibilita a criação de iniciativas que não seriam possíveis de outra maneira ou em como a internet permite levantar recursos para a realização de novos projetos. Os resultados

obtidos indicam também que as mulheres tender a usar menos a internet para desenvolver seus negócios, sugerindo a preferência, talvez, por negócios mais offline.

Por outro lado, um número considerável de jovens já está empreendendo negócios digitais, seja produzindo conteúdo, criando lojas de comércio eletrônico ou programando.

Quais tipos de negócios os jovens brasileiros estão criando?

	Homens	Mulheres
Criação e comercialização de conteúdos específicos	16%	9%
Uma loja online de venda dos seus produtos e serviços	12%	12%
Desenvolvimento de aplicativos e/ou softwares	13%	8%

Elaborado por Marcelo Nakagawa com base no Juventude Conectada 2015

A resposta para este padrão de atitude talvez não esteja no gênero em si, mas na diversidade do uso da internet. A pesquisa indica que, quanto maior o domínio dos diversos recursos da internet, ou seja, quanto mais avançado o explorador, maiores são as percepções das oportunidades para empreender online. E as mulheres, na amostra pesquisada, estão bastante conectadas no que diz respeito ao tempo de uso da internet, mas ainda usam menos recursos (se comparadas aos homens), limitando-se aos mais utilizados como mensagens instantâneas, redes sociais ou emails, por exemplo. Para que o empreendedorismo feminino avance, é preciso incentivar que elas entrem em contato com outros recursos, outras formas de interação e, principalmente, novas formas de criação online.

A internet popularizou as oportunidades para empreender?

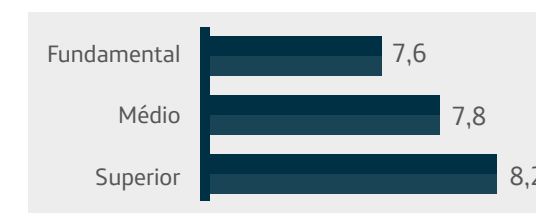
Seria natural esperar que o maior acesso à internet também contribuísse para o aumento da percepção das oportunidades para empreender em todas as classes sociais e níveis de escolaridade. Mas a pesquisa mostrou que o nível de escolaridade e renda influencia em como o jovem percebe oportunidades. Apesar de a internet ser reconhecida por pessoas de todas as classes e níveis de escolaridade como um meio importante para quem pensa em abrir um negócio próprio, essa percepção é um pouco maior nos jovens com nível superior e das classes A e B.

Dois critérios avaliados pela pesquisa podem ilustrar o impacto destas diferenças de percepções.

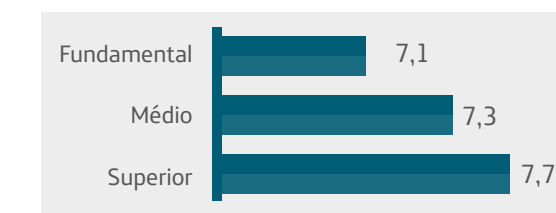
O primeiro diz respeito a uma das vantagens competitivas mais relevantes para qualquer tipo de negócio: inovação. O jovem com nível superior tende a concordar mais que a internet estimula a inovação e a geração de ideias e novas soluções. Isso pode indicar que ele sabe utilizar a internet para buscar mais e melhores informações para identificar uma oportunidade de negócio mais inovadora. Isto, *per se*, já criaria uma vantagem competitiva em relação aos outros empreendedores. O jovem com ensino fundamental também afirma que se beneficia da internet para inovar e gerar ideias e soluções, mas talvez seu repertório de acessos não seja tão amplo se comparado ao jovem com nível superior, que tem uma maior convicção sobre como a internet pode ajudá-lo. A menor compreensão da utilidade da internet pode levar o jovem a acreditar que tem algo inovador, quando uma rápida pesquisa na internet indicaria vários outros concorrentes já estabelecidos com a mesma proposta de valor.

Percepções de oportunidades para empreender na internet segundo escolaridade

A internet estimula a inovação/geração de ideias e novas soluções?



A internet possibilita que as pessoas com pouco capital tenham seus negócios?



Fonte: Juventude Conectada 2015

O outro critério talvez seja o mais crítico, pois está associado ao entendimento sobre como a internet possibilita que pessoas com pouco capital tenham seus negócios. A baixa compreensão desse critério limita o potencial empreendedor dos jovens, já que 48% dos entrevistados afirmaram que a principal razão para não empreender é a falta de recursos financeiros para investir. Assim, quanto maior a compreensão sobre como a internet pode ajudar na captação de recursos ou como criar um negócio com poucos recursos, maior será a confiança do jovem em empreender seu negócio próprio.

Largou um dos principais programas de trainees do País para vender coroa de flores para velórios

A carreira do jovem Eduardo Gouveia ia muito bem. Aos 24 anos, tinha se formado em Administração no Insper e entrado no programa de trainees da AMBEV, um dos mais concorridos do País. Mas o falecimento do seu avô mudou tudo em sua vida profissional. Seu pai pediu para que ele comprasse uma coroa para o velório e, como qualquer jovem, Eduardo entrou na internet para comprar uma. Mas em 2010 nenhuma floricultura fazia isso. Passado o enterro, Eduardo começou a pesquisar o mercado de entrega de flores para cerimônias fúnebres. Escreveu um plano de negócio, investiu R\$ 3 mil e lançou a Coroa Para Velório, o primeiro negócio desse tipo no Brasil, que atualmente fatura anualmente mais de R\$ 5 milhões.

Afonso Ferreira, *Economia UOL*, 8 de março de 2012

Em qual região estão os jovens que melhor sabem utilizar a internet para empreender? Errou!

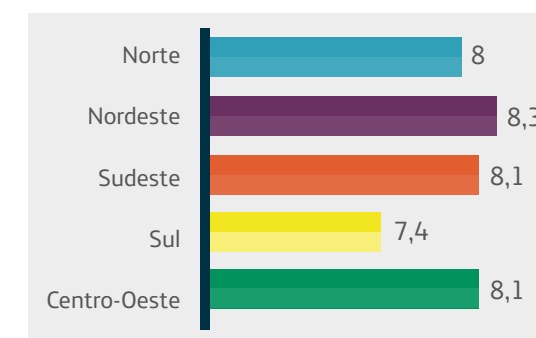
Normalmente, a região Sudeste se destaca no uso da internet em função da representatividade numérica da sua população e também pelo porte das cidades. Mas o estudo Juventude Conectada 2015 mostra que os jovens de outras regiões, principalmente do Nordeste, Norte e Centro-Oeste, estão sabendo aproveitar melhor o potencial da internet do que, principalmente, a região Sul.

Os jovens do Nordeste são os que mais visualizam a internet como um acelerador de desenvolvimento de projetos. Também são os que mais entendem que a internet estimula a inovação e a geração de ideias e novas soluções. Nesse quesito em especial, os jovens do Norte e Centro-Oeste estão bem próximos dos nordestinos e sabem utilizar a internet para inovar.

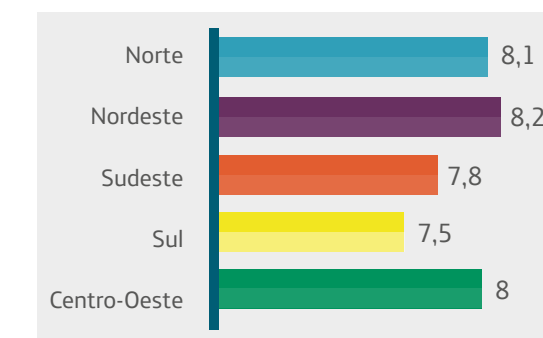
Para conhecer mais peculiaridades regionais, veja as págs. 186 e 187 do Capítulo 10.

Percepções de oportunidades para empreender na internet segundo regiões

A internet pode acelerar o desenvolvimento de projetos?



A internet estimula a inovação/geração de ideias e novas soluções?



Fonte: Juventude Conectada 2015

Os jovens da região Sudeste também demonstram que sabem utilizar a internet para empreender, sendo que o destaque fica por conta do entendimento sobre como a internet favorece o surgimento de negócios que tenham impacto social.

A surpresa vem dos jovens da região Sul. Em todos os quesitos pesquisados, eles demonstram menor conhecimento sobre ou abertura para como a internet pode ser útil para quem pensa em empreender. Comparativamente, o maior desconhecimento dos jovens sulistas está nas questões sobre como a internet possibilita a criação de novos serviços, produtos, projetos que não seriam possíveis de outra maneira e como a internet possibilita que pessoas com pouco capital tenham seus negócios. Algumas explicações para esta posição podem ser encontradas no próprio estudo, já que a região Sul obteve a menor média no que diz respeito à percepção do uso da internet na educação. Além disso, os exemplos de empreendedorismo da região Sul, tradicionalmente, estão bastante associados à indústria manufatureira, que exige maior capital para o início dos negócios.

Mas, de uma forma geral, a maioria dos jovens de todas as regiões do Brasil gostariam de empreender se pudesse escolher.

Gostaria de ter um negócio próprio se pudesse escolher?



Fonte: Juventude Conectada 2015

Se, por um lado, os jovens querem empreender, por outro veem na falta de capital inicial a grande barreira para iniciar um novo negócio. O que desconhecem é que já poderiam iniciar negócios com pouco ou nenhum capital se adotassem o Effectuation como método de criação de empresas.

Mais informações em www.effectuation.org.br

Effectuation é indicado para pessoas que querem criar um negócio próprio, mas que por algum receio (principalmente financeiro) não se tornam empreendedores. É um termo de difícil tradução para o português e foi, inicialmente, conceituado pela professora Saras, da Universidade da Virgínia (EUA). Ela explica que há duas formas básicas para se criar um negócio. No Causation, o empreendedor planeja cada detalhe do futuro negócio já em um horizonte de muitos anos. Para um jovem com poucos recursos e quase nenhuma experiência em negócios, isto é algo muito difícil de ser feito. A ferramenta mais utilizada do Causation é o plano de negócio tradicional. No Effectuation, o empreendedor não pensa muito nas causas, mas se foca no efeito desejado. Nesse caso, o efeito desejado pelo empreendedor é ter um negócio. Ele não pensa em todos os detalhes do negócio e tampouco sabe aonde o negócio vai chegar. Assim, não pensa na melhor oportunidade de negócio do mundo, mas em que ele é, o que sabe e quem conhece. Daí começa a se questionar sobre o que pode fazer para ganhar dinheiro. Pode ensinar algo para alguém? Pode fazer algo em casa para vender? Pode revender algum produto? Pode fazer algo na internet? Com algumas ideias em mente, começa a interagir com seus conhecidos até encontrar alguém (*stakeholder*) que apoie sua iniciativa, comprando o produto ou serviço. Do pedido inicial, começa a interagir com mais pessoas, daí aumentam suas capacidades (quem eu sou, o que eu sei, quem eu conheço) e o ciclo é rodado novamente. Em algum momento, aprendendo mais com o mercado, pode ter novos objetivos como abrir uma loja, contratar pessoas etc. No Effectuation é importante investir muito pouco no início e ir aprendendo (e aumentando a aposta) com o processo de aprendizado.



A perspectiva de parcela majoritária dos jovens de todas as regiões brasileiras é empreender nos próximos 10 anos.

Jovens que pretendem abrir um negócio nos próximos 10 anos

Estes resultados apontam para a necessidade de iniciar a discussão sobre a educação empreendedora ainda no ensino médio.



O que os jovens fazem na internet além de se divertir, informar, conectar-se e se expressar?

Eles programam! A pesquisa constatou que 27% dos jovens sabiam modificar, criar um dispositivo, programa ou rede de computador, 19% já tinham programado sites e 15% já tinham elaborado um aplicativo. É uma parcela considerável e importante na medida em que também será necessária a proficiência digital para não só entender como participar da Quarta Revolução Industrial.

No passado, houve um grande esforço para lidar com o analfabetismo e depois com o analfabetismo funcional. Mesmo que essas preocupações ainda estejam presentes e sejam fenômenos graves, as disruptões digitais atuais modificam seriamente a forma como as pessoas pensam, vivem, convivem e consomem e criam a necessidade da proficiência digital não só para que se entenda o que está acontecendo, mas também para que se identifiquem oportunidades para empreender.

Organizações precisam aprender a empreender com o jovem conectado

O público jovem, de 15 a 29 anos, das classes sociais A, B, C e D, coberto por esta edição do Juventude Conectada, representa um dos principais segmentos para boa parte das empresas que atua com bens e serviços de consumo no Brasil. Apesar da representatividade, muitas empresas, em especial as que detêm marcas já consagradas, têm enfrentado sérias dificuldades para engajar as pessoas dessa faixa etária. Alguns resultados da pesquisa podem servir como ponto de partida para que as empresas reflitam sua atuação com essa juventude conectada.

Só ou quase somente o smartphone (ou esqueça todas as outras mídias)

Não é novidade que o jovem utiliza muito o celular. Entretanto, chama atenção o salto no uso mais frequente do aparelho. Na primeira edição (2013), 42% dos jovens afirmaram que utilizavam frequentemente o celular como principal acesso à internet. Dois anos depois, esta participação saltou para 85%. E isso tem ocorrido principalmente por meio de wi-fi próprio (em casa) e por pacote de dados (3G/4G). Mas o que mais chama a atenção é a velocidade do desuso dos computadores, notebooks e tablets. Em 2013, 33% dos jovens diziam que usam frequentemente o computador de mesa para acessar a internet. Esse uso caiu para apenas 7% em 2015. Os jovens também quase não utilizam o notebook para se conectar. Apenas 6% afirmaram que costumavam usar mais frequentemente o computador portátil e mesmo assim para situações específicas de trabalho ou estudo. O tablet, que já não era popular em 2013 (apenas 3% afirmavam que usavam frequentemente), caiu praticamente em desuso com apenas 1% dos entrevistados afirmando que o utilizavam com mais frequência. De todas as atividades realizadas pelo jovem na internet e consideradas na pesquisa, nenhuma tem sido realizada majoritariamente no computador. A constatação de que o jovem tem utilizado cada vez mais apenas o smartphone para acessar a internet e que isso tem sido sua principal, quando não a única, forma de acesso às informações, é algo que precisa ser levado em consideração por empresas e empreendedores que querem entrar em contato com este público. Outras mídias já não acessam o jovem de forma constante como no passado.

Quase no seu mundo e com seus amigos e conhecidos

O jovem tem utilizado as atividades realizadas pela internet principalmente para acessar amigos e conhecidos por meio de mensagens instantâneas (média de 6,1 dias/semana), acesso a redes sociais (5,4 dias/semana) e verificação de email (3,9 dias/semana). Outras atividades que realiza com frequência têm sido a pesquisa de informações (3,7 dias/semana) e interesse em assistir vídeos ou ouvir música pela internet (3,4 dias/semana). De certa forma, isso tem criado um usuário bastante fechado em sua rede de contatos.

Além disso, parcela importante dos jovens se posiciona como ativista de várias causas e tem interesse em discutir, debater ou conversar sobre assuntos que considera importantes.

Para ver mais detalhes do panorama de jovens conectados com a participação social, veja o artigo do Capítulo 7, pág. 119.

Este contato mais restrito cria grandes barreiras para que as organizações mais tradicionais se comuniquem com esse jovem. Se, por um lado, este comportamento representa um desafio para as grandes empresas se comunicarem com os jovens conectados, por outro tem sido um contexto para que jovens criem negócios especialmente voltados para esse público. Não raro, são negócios de jovens para jovens que, diante das facilidades da comunicação, tratam-se como amigos. Os exemplos de negócios baseados em vídeos (youtubers), imagens (Instagram), texto (bloggers), comércio eletrônico (via plataformas especializadas como Mercado Livre ou Enjoei ou mesmo via redes sociais) são inúmeros.

Na dificuldade de se conectar com estes jovens, empresas tradicionais têm fechado parcerias com os jovens empreendedores, buscando alternativas e validando negócios que nem sempre eram considerados como tal.

Mais conversa, colaboração e cocriação

O método do monólogo adotado pelas organizações na comunicação com os jovens se tornou rapidamente obsoleto na era dos aplicativos de mensagens e redes sociais. Por isso, marcas de empresas que, em geral, são referenciadas como “Top of Mind” em suas categorias têm pouca ou nenhuma representatividade para os jovens. Por outro lado, os jovens adotam rapidamente serviços de empresas praticamente desconhecidas do grande público, sendo que muitas delas nem sequer existiam há cinco anos.

Para lidar com esse público, algumas organizações estão aprendendo a interagir com os jovens optando, justamente, por incentivar o comportamento empreendedor e participativo. Isso vai de encontro ao que foi constatado pela pesquisa sobre o comportamento empreendedor do jovem conectado.

Neste contexto, diversas empresas passaram a investir em iniciativas colaborativas de empreendedorismo, incluindo treinamentos, *hackatons*, *startup weekends*, concursos, competições e sessões de cocriação.

Exemplos de iniciativas colaborativas de empreendedorismo

Organização	Projeto	Descrição
Fundação Telefônica Vivo	Jovem Empreendedor	Incentiva, forma e empodera jovens de periferias urbanas ou zonas rurais para que gerem e implementem – preferencialmente com o uso de tecnologia – novas soluções e oportunidades para a transformação de suas vidas e do seu entorno (resolução das necessidades de suas comunidades).
Coca-Cola	Coca-Cola Up	Potencializa <i>startups</i> com soluções inovadoras para desafios específicos como educação e recursos hídricos em parceria com a empresa e seus coletivos.
FIAP, Google e governos estaduais	Maratona de aplicativos	Oficinas de desenvolvimento de aplicativos para estudantes do ensino médio.

Do empreendedorismo para o protagonismo do jovem brasileiro

Os resultados da segunda edição da pesquisa Juventude Conectada confirmam que os jovens brasileiros já encaram a opção de abrir um negócio como alternativa de carreira profissional. Parcela importante já está empreendendo e parcela majoritária coloca abrir um negócio nos próximos 10 anos.

Empreendedorismo

Dados da pesquisa

A vontade de ter um negócio próprio é vista como uma decisão importante diante do futuro do emprego. Os defensores da Quarta Revolução Industrial apontam a redução drástica de várias funções, muitas delas tradicionalmente preenchidas por jovens, pela adoção de novas tecnologias disruptivas. O impacto na geração de empregos pelo uso de novas tecnologias, historicamente, sempre foi observado, mas o que chama a atenção agora é que isto também impactará funções de capital intelectual intensivo. Dessa forma, diante da fragilidade cada vez maior do emprego em seu formato tradicional, ter competências empreendedoras para ter autonomia de carreira é algo que deveria ser desenvolvido em qualquer profissional, em especial pelos mais jovens em início de carreira.

Mas o que poderia ser um paradoxo – este comportamento mais empreendedor dos jovens – também é bem visto por uma parcela das empresas, principalmente aquelas com programas bem-estruturados de estágios e trainees. Essas organizações, por, em geral, estar em ambientes muito competitivos, demandam profissionais empreendedores que saibam criar novas oportunidades e construir novos resultados.

O desejo de empreender entre os jovens é uma constatação importante, mas o uso da internet muda drasticamente o significado de ter um negócio próprio. Os jovens desconhecem ou dão pouco valor ao mito do grande empreendedor e simplesmente empreendem com os recursos tecnológicos que têm ao seu alcance. Empreender, muitas vezes, é entendido como a criação de conteúdos digitais, comercialização de produtos via rede social ou serviço de mensagens ou ainda o desenvolvimento de softwares como aplicativos e sites. Este jeito de empreender é bastante democrático e educativo.

Mas as organizações que atuam com empreendedorismo precisam repensar suas iniciativas para esta geração cuja principal, quando não a única, forma de interação é o telefone celular. Também é uma geração mais exposta a possibilidades de ativismos e mais aberta a novas soluções independentemente de marcas conhecidas.

Pais e instituições que estão diretamente associadas à educação dessa nova geração precisam considerar a formação empreendedora, não só porque é uma demanda dos próprios jovens, mas também uma alternativa para os desafios futuros da carreira profissional diante de tantas disruptões nos mais diversos mercados de trabalho.

Empreender, para os jovens, mais do que a conquista de um sonho (como desejam), é uma contínua demanda de novos aprendizados. E isso deixa de ser aquela demanda (muitas vezes, chata) da escola, dos pais e da sociedade, para ser uma necessidade e responsabilidade pessoal.



Em suas duas edições, o estudo Juventude Conectada procurou mapear os usos e apropriações das tecnologias de informação e comunicação pelos jovens brasileiros, explorando quatro eixos fundamentais de investigação: comportamento, educação e aprendizagem, ativismo e empreendedorismo.

Para cada um deles, foram elaborados diferentes conjuntos de questões e enunciados que avaliam atitudes e comportamentos em relação aos assuntos abordados, captando as impressões e tendências mais relevantes nas cinco regiões do País.

Empreendedorismo

O que você vai ser quando crescer?

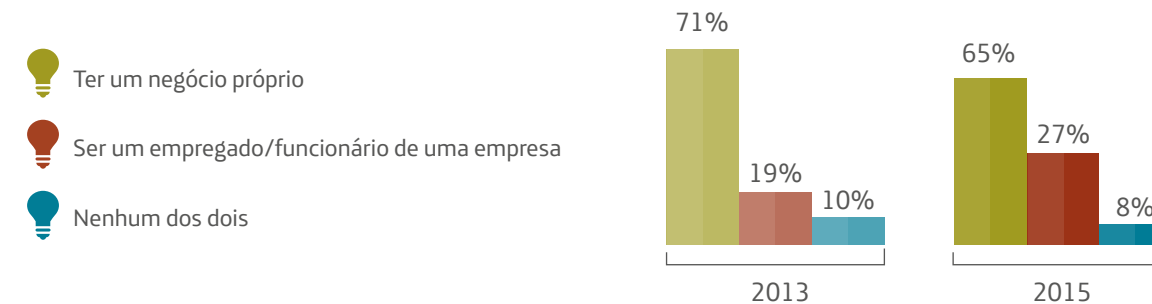
Transformações profundas, tanto no mundo do trabalho quanto nas possibilidades de abertura de novos negócios, ditam os rumos do futuro e da construção de carreiras

Empreender é, para os jovens, uma alternativa atraente devido às transformações na carreira e no mundo do trabalho, em que cenários comuns no passado (como o de profissões com garantia de estabilidade e horizonte seguro de crescimento em uma mesma empresa, por exemplo) já não são factíveis. O percurso profissional, hoje, é menos linear e o empreendedorismo desponta como a opção que oferece mais liberdade ao jovem. E liberdade, para eles, soa como uma contrapartida interessante para a incerteza que abrir um negócio próprio embute.

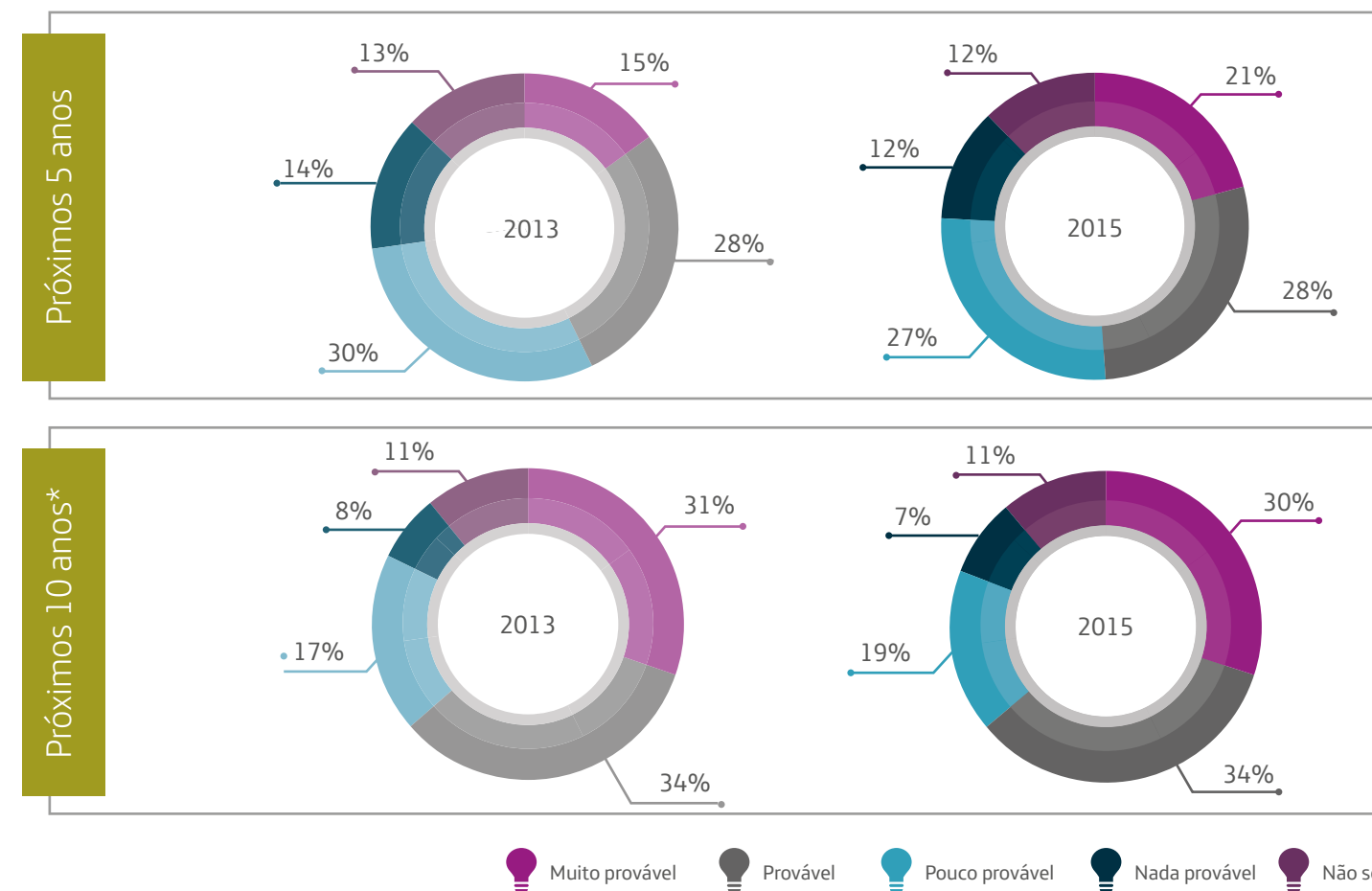
“Antigamente, as carreiras eram muito mais formatadas. Independentemente de internet, o que muda hoje é que essas formatações não são mais claras. As carreiras não são únicas; elas são diversas. Você pode caminhar por várias trilhas e eu acho que o empreendedorismo surge como uma possibilidade; então eu posso correr o risco hoje e, se não der certo, tudo bem, vou ter outras possibilidades. Então, acho que o que é dar certo é o que muda, essa perspectiva do que é dar certo e o que é não dar certo.”

Edgard Barki, professor de empreendedorismo social na Fundação Getúlio Vargas

Embora o interesse dos jovens brasileiros em empreender ainda seja muito alto, de 2013 para 2015 a parcela dos entrevistados pelo estudo Juventude Conectada que gostariam de ter um negócio próprio sofreu uma ligeira queda, como se pode observar no gráfico a seguir. Apesar desse movimento, que em parte pode ter sido motivado pelo cenário econômico desfavorável, a expectativa de abrir negócio próprio em um futuro próximo (cinco anos) é maior.

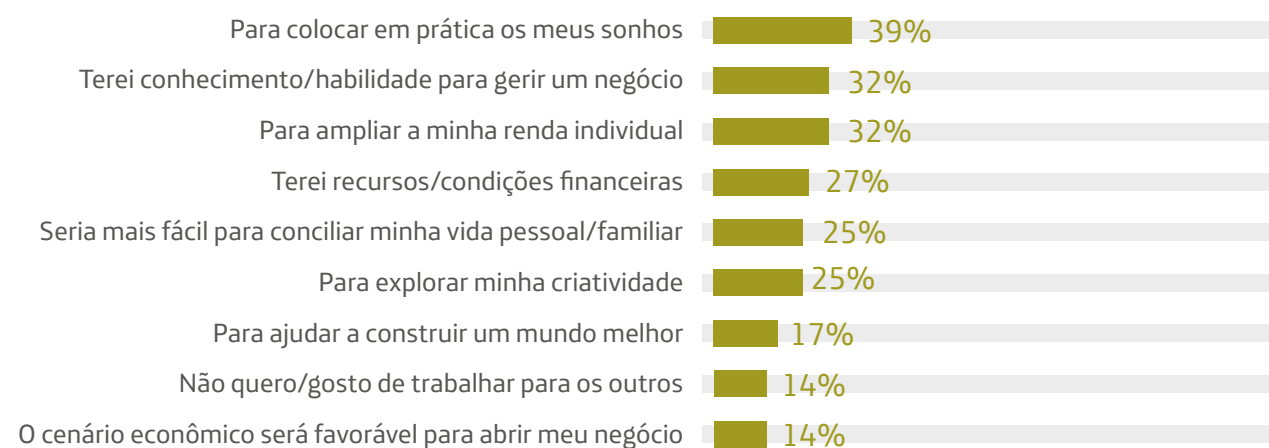


Expectativa de jovem em abrir um negócio próprio



*Devido aos arredondamentos do programa de planilhas, os números relativos a algumas dessas categorias podem variar de 98% a 102%.

Outro elemento importante nessa equação é a **busca por propósito e realização**. Muitos jovens dessa geração estão em busca de algo além de dinheiro e “carreira sólida”. **Colocar os sonhos em prática** foi a opção mais assinalada pelos jovens entrevistados em 2015 quando questionados acerca de suas motivações para empreender nos próximos cinco anos. Outras duas foram poder explorar a própria criatividade e ajudar a construir um mundo melhor, conforme detalhado no gráfico abaixo. E **o empreendedorismo social é parte importante desse fenômeno**, que começa a despontar também no Brasil.



“A ideia de que eu preciso criar uma marca, preciso ter propósito, preciso aproveitar minha jornada... que não adianta eu chegar com 50 anos, olhar para trás e falar: ‘que vida chata eu levei’. Eu preciso aproveitar a minha jornada. Então, para mim, isso vai muito ao encontro do que o empreendedorismo prega, entre aspas, que é a coisa da proposta, é você resolver um problema real das pessoas.”

Camila Achutti, embaixadora do Technovation Challenge no Brasil

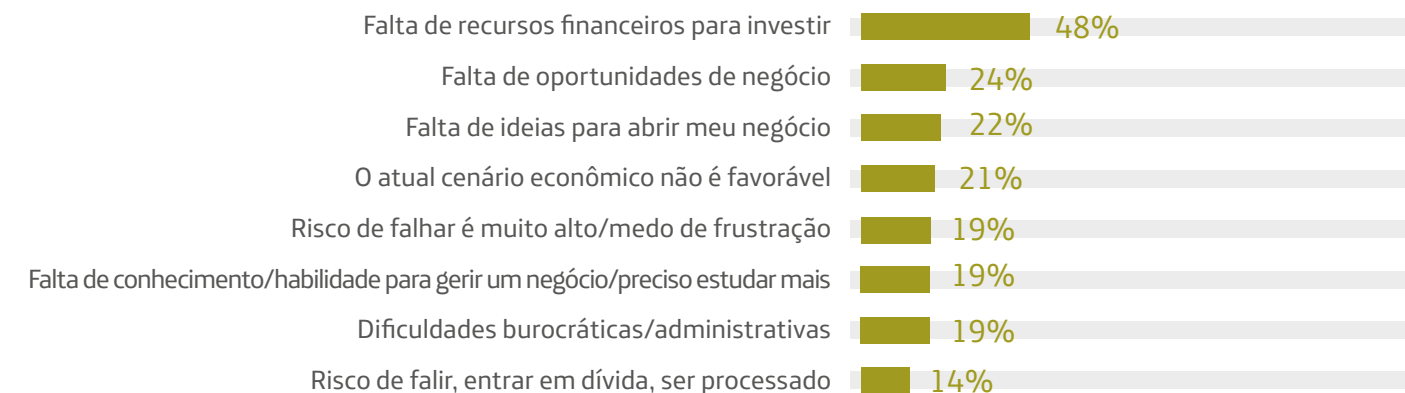
“Não querer simplesmente trabalhar só pelo dinheiro, buscar um propósito nas coisas que você faz no seu dia a dia. E eu acho que cada vez mais tem mais jovens querendo isso: buscar um propósito e trabalhar com um propósito. Acho que essa questão da preocupação com a questão social, preocupação com o impacto social, do empreendedorismo social vai se tornando mais forte.”

Edgard Barki, professor de empreendedorismo social da Fundação Getúlio Vargas

Já quando falam sobre os motivos para não empreender nos próximos cinco anos, os jovens atribuem à **falta de recursos financeiros para investir no próprio negócio como a principal barreira**.

“Em termos de captação de recursos, o jovem ainda tem a questão de ter mais dificuldade, principalmente se você pegar um jovem das classes C e D, que tem menos credibilidade. Porque se sai um jovem daqui da FGV que tenha recurso do pai e tal é mais fácil. Agora você vai para as classes C e D...”

Edgard Barki, professor de empreendedorismo social da Fundação Getúlio Vargas



Para os especialistas, tais expectativas revelam uma precaução que soa positiva.

“É uma questão também que a gente tem que tomar cuidado: o empreendedorismo não é para todo mundo, nem é todo mundo que quer empreender.”


Edgard Barki, professor de empreendedorismo social da Fundação Getúlio Vargas

Embora os jovens entrevistados nesta segunda edição do Juventude Conectada revelem uma maturidade maior quando se trata do que querem para o futuro, **a idealização acerca da figura do empreendedor que foi identificada entre os jovens ouvidos em 2013 volta a se manifestar em 2015**. Embora tenha se diluído, o imaginário do jovem ainda é marcado pelo **mito do gênio e do dinheiro rápido**. E, apesar de uma maior parcela deles se mostrar relativamente precavida e perceber que o sucesso de um empreendimento requer dedicação, trabalho e tempo, boa parte dos jovens ainda **parece não dimensionar o empreendedorismo de forma realista, como alternativa de carreira que precisa ser construída** e não como algo extraordinário, como um golpe de genialidade ou de sorte.

“Muita gente olha aquela empresa multimilionária que do dia para a noite tem sucesso. Isso é muito irreal. Isso é muito fictício, nem um pouco realista. Existem sim chances reais, mas em relação ao que é empreendedorismo de verdade, não esse mito que é o sucesso do dia para a noite, da empresa milionária.”

Camila Achutti, embaixadora do Technovation Challenge no Brasil

Nesse contexto, **a internet se destaca como um instrumento de aceleração de novos negócios e também como uma indústria promissora**, que pode ser explorada por eles enquanto empreendedores. Note, nos gráficos abaixo, como os índices de concordância se elevam consideravelmente acima da média para os exploradores intermediários e para os exploradores avançados, sinalizando que os jovens com repertório de navegação mais amplo enxergam melhor as potencialidades da rede.

	2015	 Explorador iniciante	 Explorador intermediário	 Explorador avançado	
A internet pode acelerar o desenvolvimento de projetos		8,0	7,6	8,2	8,6
É possível ganhar dinheiro trabalhando com as ferramentas da internet		7,9	7,5	8,2	8,6
A internet estimula a inovação/geração de ideias e novas soluções		7,8	7,4	8,1	8,6
Pela internet é possível sustentar negócios que ajudem a melhorar o mundo		7,7	7,3	8	8,5
A internet favorece o surgimento de negócios que tenham impacto social		7,6	7,2	7,8	8,2
A internet possibilita a criação de novos serviços/produtos/projetos que não seriam possíveis de outra maneira		7,5	7,1	7,8	8,3
A internet permite levantar dinheiro/financiamento para a realização de projetos/novos negócios/startups		7,5	7,1	7,6	8,3
A internet possibilita que pessoas com pouco capital tenham seus negócios		7,4	6,9	7,7	8,2
Penso em usar a internet para desenvolver meu próprio modelo de empreendimento		6,8	6,3	7,1	8,1

Já quando analisados sob a ótica das faixas etárias, os índices de concordância não apresentam diferenças estatísticas relevantes, apesar de o percentual de jovens que já comercializaram suas criações online – como cursos, vídeos, e-books e apostilas – ser maior entre os jovens de 15 a 19 anos.

	2015	Gênero		Idade		
		Masculino	Feminino	15-19	20-24	25-29
A internet pode acelerar o desenvolvimento de projetos	8,0	8,1	7,9	8,1	7,9	7,9
É possível ganhar dinheiro trabalhando com as ferramentas da internet	7,9	8	7,9	7,9	7,9	7,9
A internet estimula a inovação/geração de ideias e novas soluções	7,8	7,9	7,8	7,8	7,8	7,9
Pela internet é possível sustentar negócios que ajudem a melhorar o mundo	7,7	7,9	7,6	7,6	7,8	7,8
A internet favorece o surgimento de negócios que tenham impacto social	7,6	7,6	7,5	7,5	7,5	7,7
A internet possibilita a criação de novos serviços/produtos/projetos que não seriam possíveis de outra maneira	7,5	7,7	7,3	7,4	7,6	7,5
A internet permite levantar dinheiro/financiamento para a realização de projetos/novos negócios/startups	7,5	7,6	7,4	7,5	7,6	7,3
A internet possibilita que pessoas com pouco capital tenham seus negócios	7,4	7,4	7,3	7,2	7,5	7,4
Penso em usar a internet para desenvolver meu próprio modelo de empreendimento	6,8	7	6,7	6,5	7,2	6,9

Com relação às diferenças observadas entre os jovens com distintos graus de escolaridade, é possível notar que os índices de concordância crescem entre os entrevistados do ensino superior, posicionados acima da média nacional em todas as questões.

	2015	Escolaridade			Classe			
		Fundamental	Médio	Superior	A	B	C	D
A internet pode acelerar o desenvolvimento de projetos	8,0	7,9	7,9	8,2	8,2	8,1	7,8	8
É possível ganhar dinheiro trabalhando com as ferramentas da internet	7,9	7,7	7,9	8,1	8,4	8,2	7,8	7,7
A internet estimula a inovação/geração de ideias e novas soluções	7,8	7,6	7,8	8,2	8	8,1	7,7	7,8
Pela internet é possível sustentar negócios que ajudem a melhorar o mundo	7,7	7,8	7,5	8	8,1	8	7,6	7,4
A internet favorece o surgimento de negócios que tenham impacto social	7,6	7,5	7,5	7,7	7,9	7,7	7,5	7,4
A internet possibilita a criação de novos serviços/produtos/projetos que não seriam possíveis de outra maneira	7,5	7,3	7,4	7,8	7,6	7,8	7,4	7,3
A internet permite levantar dinheiro/financiamento para a realização de projetos/novos negócios/startups	7,5	7,3	7,4	7,7	7,7	7,8	7,3	7,3
A internet possibilita que pessoas com pouco capital tenham seus negócios	7,4	7,1	7,3	7,7	7,5	7,7	7,2	7,2
Penso em usar a internet para desenvolver meu próprio modelo de empreendimento	6,8	6,5	6,9	7	7	7,1	6,7	6,8

Quando observada a relação do empreendedorismo com a internet, sobressaem-se:

- ✓ A percepção de que a internet oferece acesso a informações de todos os tipos.
- ✓ A convicção de que as redes sociais são ótimo canal de vendas, que beneficiam especialmente os empreendedores de baixa renda (muitos dos jovens ouvidos nos grupos de discussão tinham exemplos próximos de pequenos negócios, como a venda de doces, viabilizados assim).
- ✓ A certeza de que os riscos de abrir uma empresa online são consideravelmente menores do que os de empreender “no mundo real”.

“Eu conheço uma mulher que era técnica em enfermagem e fez um curso de confeitaria. Ela fez um perfil no Facebook para os bolos e as coisas que ela fazia e começou a divulgar. Depois a vender, vender e hoje ela tem uma confeitaria.”



(Curitiba, 20-24 anos, classes C e D)

“A possibilidade que a internet gera de você conseguir empreender, comercializar, fazer trocas e se expor é muito maior. Além disso, o campo do empreendedorismo ficou muito mais informal, no sentido de que hoje você tem pessoas que fazem seus produtos e colocam para vender na internet sem CNPJ, você pode vender.”

Harika Maia, cientista social, Programa VAI da Prefeitura de São Paulo

“Você pega o que a Magazine Luiza fez, o C2C [consumidor para consumidor] que eu acho que é superinteressante. Você abre uma página no Facebook e você vende... Eu abro um Face e vendo produtos da Magazine Luiza e ganho comissão da loja. Então, eu viro uma loja da Luiza. Isso foi feito em comunidades carentes.”

Edgard Barki, professor de empreendedorismo social da Fundação Getúlio Vargas

Especialmente para os jovens de baixa renda, para quem o acesso a crédito e o conhecimento a respeito de fontes de financiamento são limitados, a via das redes sociais resolve a questão do custo de empreender, uma vez que abre caminho não só para buscar um investimento inicial como também para reduzi-lo e até mesmo zerá-lo. Nesse sentido, **a internet e toda a gama de negócios online têm um positivo efeito democratizante, de auxílio à viabilização de novos empreendimentos, tocados inclusive por jovens de baixa renda.**

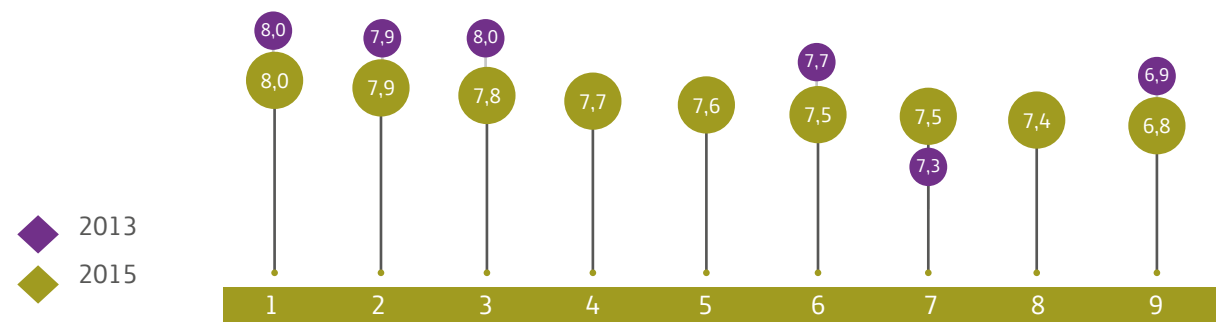
Outras barreiras comuns, além da classe social de origem do empreendedor, como idade e gênero, vêm sendo endereçadas por iniciativas de capacitação em tecnologia, por exemplo. A especialista Camila Achutti cita alguns exemplos:

- ✓ A ONG Technovation realiza projetos no mundo inteiro, inclusive no Brasil, voltado para meninas de 10 a 18 anos – desenvolvimento de aplicativos para celular. <http://www.technovationchallenge.org/?page=1>
- ✓ O programa “Maratona de aplicativos” é um evento nacional que visa aproximar alunos do ensino médio da programação: aprender a criar *apps mobile*. <http://www.maratonadeaplicativos.com.br/>

Evolução de aprendizados

No que diz respeito ao empreendedorismo, pouco mudou em dois anos

Uma comparação das percepções e atitudes declaradas pelos jovens entrevistados durante as etapas quantitativas das duas edições do estudo Juventude Conectada mostra que **não há movimentações significativas quanto aos aspectos que dizem respeito ao empreendedorismo**, embora evoluções importantes tenham sido registradas (e detalhadas ao longo deste capítulo). Para um panorama mais detalhado, as médias dos índices de concordância para cada questão vêm pontuadas no gráfico abaixo:



- 1- A internet pode acelerar o desenvolvimento de projetos
- 2- É possível ganhar dinheiro trabalhando com as ferramentas da internet
- 3- A internet estimula a inovação/geração de ideias e novas soluções
- 4- Pela internet é possível sustentar negócios que ajudem a melhorar o mundo
- 5- A internet favorece o surgimento de negócios que tenham impacto social

- 6- A internet possibilita a criação de novos serviços/produtos/projetos que não seriam possíveis de outra maneira
- 7- A internet permite levantar dinheiro/ financiamento para a realização de projetos/novos negócios/startups
- 8- A internet possibilita que pessoas com pouco capital tenham seus negócios
- 9- Penso em usar a internet para desenvolver meu próprio modelo de empreendimento

* Como os questionários foram alterados da primeira para a segunda edição, algumas perguntas foram retiradas e outras novas foram inseridas (saiba mais sobre essas alterações no anexo da pág. 225).

Essa manutenção de percepções e atitudes também pode ser mais bem compreendida no gráfico a seguir, que delimita os percentuais da amostra que mais discordaram das afirmações (notas de 0 a 6), declararam-se neutros em relação a elas (notas 7 e 8) e que mais concordaram com elas (notas 9 e 10).

Como os jovens veem a internet

				Média	
É possível ganhar dinheiro trabalhando com as ferramentas da internet	2013	25	21	51	8,4
	2015	22	20	50	8,1
A internet pode acelerar o desenvolvimento de projetos	2013	23	24	52	--
	2015	21	23	49	8,1
A internet estimula a inovação/geração de ideias e novas soluções	2013	23	22	52	8,1
	2015	23	23	48	7,9
A internet possibilita a criação de novos serviços produtos/projetos que não seriam possíveis de outra maneira	2013	26	24	47	--
	2015	27	23	44	7,8
Pela internet é possível sustentar negócios que ajudem a melhorar o mundo	2013				6,6
	2015	24	27	44	7,8
A internet favorece o surgimento de negócios que tenham impacto social	2013				7,8
	2015	27	24	43	7,8
A internet permite levantar dinheiro/financiamento para a realização de projetos/novos negócios/startups	2013	34	24	41	7,5
	2015	28	24	42	7,6
A internet possibilita que pessoas com pouco capital tenham seus negócios	2013				7,8
	2015	30	25	40	7,8
Penso em usar a internet para desenvolver meu próprio modelo de empreendimento	2013	38	23	35	7,5
	2015	34	24	35	7,6

Notas de 0 a 6 - Mais discordam que concordam com a afirmação

Notas 7 e 8 - Dizem-se neutros em relação à afirmação

Notas 9 e 10 - Mais concordam que discordam da afirmação

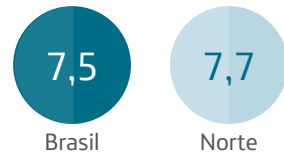
Peculiaridades regionais

As questões relacionadas à participação social trazem resultados estatisticamente diferentes quando segmentadas por região. De forma geral, as regiões Nordeste e Sudeste se destacam por apresentar os maiores índices de concordância, posicionados acima da média nacional para quase todas as questões, enquanto a região Sul se posiciona significativamente abaixo da média em todos os itens relacionados ao empreendedorismo.

Região Norte



São os que **mais** concordam que a internet **possibilita criar novos serviços, produtos e projetos** que não seriam possíveis de outra maneira

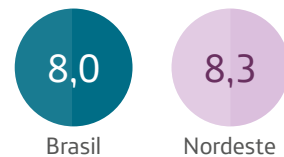


Região Nordeste

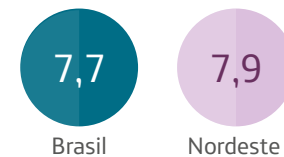


Os jovens tendem a apresentar os índices de concordância mais altos, situados consideravelmente acima da média em alguns casos.

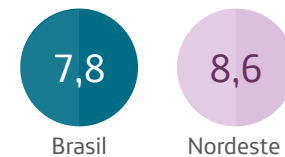
São os que **mais** concordam que a internet pode **acelerar o desenvolvimento de projetos**



São os que **mais** concordam que pela internet é possível **sustentar negócios que ajudem a melhorar o mundo**



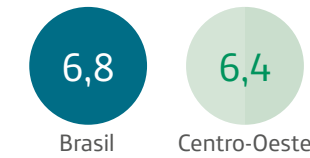
São os que **mais** concordam que a internet **estimula a inovação e a geração de ideias e novas soluções**



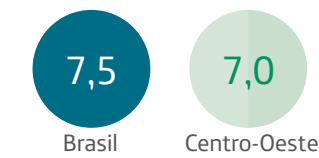
Região Centro-Oeste



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



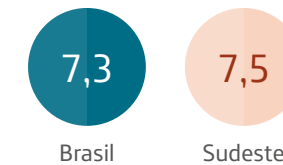
São também os que **menos** concordam que a internet permite **levantar dinheiro ou financiamento** para novos negócios, projetos e *startups*



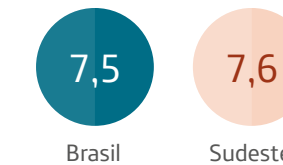
Região Sudeste



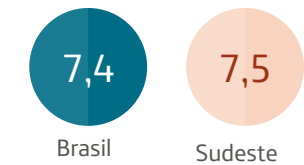
São os que **mais** concordam que a internet **favorece o surgimento de negócios com impacto social** – e também os únicos com índice de concordância acima da média para esta questão



São os que **mais** concordam que a internet **permite levantar dinheiro ou financiamento** para novos negócios, projetos e *startups*



São os que **mais** concordam que a internet **possibilita que pessoas com pouco capital tenham seus negócios**

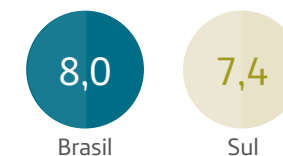


Região Sul

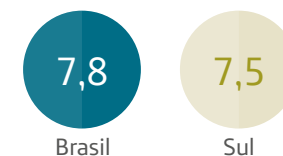


Apresenta os índices de concordância mais baixos para as questões que relacionam internet e empreendedorismo, posicionando-se abaixo da média em todas elas.

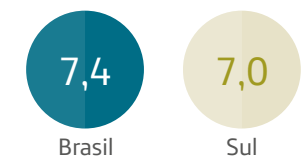
São os que **menos** concordam que a internet pode **acelerar o desenvolvimento de projetos**



São os que **menos** concordam que a internet estimula a **inovação e a geração de novas ideias e soluções**



São os que **menos** concordam que a internet **possibilita que pessoas com pouco capital tenham seus negócios**





「O que um grupo de jovens conectados descobriu consultando seus pares」

● Marisa de Castro Villi

Cientista social apaixonada e bacharel em Letras, é uma curiosa profissional e por hobby. Desenvolveu a metodologia de PerguntAção desde que começou a trabalhar no Instituto Paulo Montenegro em 2009. Quando começou o estudo, ainda era considerada jovem pelo Estatuto da Juventude, mas se considera jovem até hoje, nesta nova fase da vida, em que inicia seu mestrado em Mudança Social e Participação Política na EACH/USP e funda uma nova organização sem fins lucrativos, chamada Rede Conhecimento Social.

O que um grupo de jovens conectados descobriu consultando seus pares

O que os jovens pensam sobre sua própria forma de se relacionar com a conectividade? Como conhecer mais de perto os jovens que estão imersos neste universo online? O que eles acham que é relevante saber sobre o mundo digital e conectado?

Desde a edição 2013 do estudo Juventude Conectada, a variação de perfis de conectividade entre jovens chamou atenção, em especial o grupo diminuto de exploradores avançados (5%), informalmente chamado pelas equipes que desenvolveram a pesquisa de “hiperconectados”.

Mais do que jovens com alta frequência de navegação, esse grupo parecia especial em sua forma de explorar as possibilidades e atividades que a internet oferece, utilizando com maior frequência uma grande diversidade de ferramentas. Mas como será que isso acontece? O que está por trás desse estilo de vida dos “hiperconectados”?

Com todos esses questionamentos e reflexões em mente, Fundação Telefônica Vivo, Ibope Inteligência e Instituto Paulo Montenegro decidiram embarcar num processo de mobilização de jovens “hiperconectados”, por meio da metodologia de PerguntAção, para que eles mesmos fossem autores de uma escuta com/de/para jovens debruçados diariamente nos ambientes e atividades online.

O primeiro passo foi o de constituir um grupo de reflexão com jovens de diferentes regiões do Brasil, com apenas um ponto em comum entre eles: serem “hiperconectados”. Sem ter um conceito totalmente delimitado, principalmente porque gostamos da ideia de que os próprios jovens poderiam construir (ou desconstruir totalmente) esse conceito, partimos da ideia de que eles deveriam ter um amplo repertório de navegação, bem como ter preferência em realizar suas atividades cotidianas de forma conectada. Para identificá-los e selecioná-los, foi definido um critério, composto por uma lista com 20 atividades que podem ser feitas presencialmente, num computador, tablet, smartphone, smart tv, videogame etc.. Para cada atividade, os jovens deveriam indicar se a realizam estando conectados ou desconectados, considerando uma escala de 0 a 5 (sendo 0 – não realiza, 1 – sempre desconectado e 5 – sempre conectado). Assim, o máximo a que um jovem poderia alcançar seriam 100 pontos, porém seria considerado hiperconectado aquele que atingisse 65 pontos ou mais.

O segundo passo foi realizar uma oficina presencial, mesmo sabendo das preferências destes 11 jovens em realizar as atividades de forma conectada.

O objetivo do encontro era o de colocá-los em discussão para estruturar a pesquisa que seria realizada por eles mesmos, definindo pergunta-guia, hipóteses e público-alvo, além de construir um questionário, que seria programado em um formulário online para divulgação nas redes de contatos destes jovens, preferencialmente alcançando outros “hiperconectados”.



Ao longo dos debates, muito se refletiu sobre o conceito de “hiperconectado”, que antes parecia um apelido pouco adequado e com problemas de compreensão, mas acabou por ser definido pelo grupo de reflexão como aquele que:

- Acompanha o dinamismo da internet e tira proveito disso, preferindo realizar muitas atividades conectado.
- Conecta-se diariamente a conteúdos virtuais e busca atualizações.
- Usa a tecnologia de comunicação interativa como extensão do próprio físico.
- Está sempre buscando novos conteúdos na internet.
- Consegue otimizar e pesquisar conteúdos do seu próprio interesse.
- É um amplificador de conteúdos na internet.
- Consume entretenimento (vídeos, games, música etc.) e tem perfis em grande diversidade de redes sociais.
- Tem discernimento sobre sua segurança e os dados que produz na internet.

Também surgiram ideias, ainda que sem consenso, de que é uma pessoa viciada em estar online, não consegue sair de casa e tem a necessidade de estar atualizada sobre tudo o tempo todo.

Tantas contribuições relevantes para o estudo Juventude Conectada foram originadas nesse momento a partir de reflexões dos próprios jovens sobre o universo deles. Mais do que simplesmente realizar uma consulta de opinião para compreender o “hiperconectado”, estes jovens, em suas discussões prévias e em suas análises dos dados coletados sem representatividade, anteciparam muitos dos resultados das descobertas trazidas pelas demais etapas do estudo Juventude Conectada.



Sobre o **comportamento**, apontaram que a relação dos jovens com a navegação é cada vez mais voltada para a imagem do que para o texto, além de haver uma relação dúbia entre os conflitos de opinião na rede e se observar maior maturidade de *fanpages*.



Em **educação**, colocam como dado que a internet não apenas desperta o “querer saber”, mas como necessários investimentos em inovações como uso de games para aprendizagem, alertando para a necessidade de orientação para um uso mais correto e produtivo da tecnologia.



Em **ativismo**, pensam no alcance e em possibilidades mais exploradas de disseminação de múltiplas causas, ao mesmo tempo em que ponderam o quanto as redes sociais também manobram este alcance a partir de seus algoritmos.



No **empreendedorismo**, apontaram a tendência de uma compreensão mais ampla do empreender, a partir da monetização de conteúdos ou uso de aplicativos colaborativos.

O questionário, desenhado coletivamente, foi programado em formulário online e o link foi distribuído pelos jovens do grupo de reflexão para autopreenchimento, alcançando 123 jovens.

Veja o resumo de dados da etapa a partir da pág. 197.

Para encerrar esta etapa, a oficina de análise foi realizada em um ambiente online, utilizando ferramentas interativas e promovendo o debate sobre as tendências que eram apontadas pela coleta, ainda que não representativa, de opiniões de outros jovens envolvidos com o universo online.

A denominação “hiperconectado”, testada nos grupos de discussão com outros jovens, teve uma reação bastante distinta, sendo que o vício com a internet acaba sendo o maior vínculo semântico estabelecido. Com isso, o uso do conceito ficou restrito a esta etapa, sendo mantido o apelido carinhoso entre os envolvidos em suas conversas pessoais.

Mas muitos dos aprendizados com este grupo de reflexão foram levados para todas as demais etapas da edição 2015 do Juventude Conectada, dentre as quais vale destacar:

* Ampliação da faixa etária para 15 a 29 anos, amparando-se na definição do Estatuto da Juventude.

* Criação de novos itens no questionário quantitativo e a abordagem de novas temáticas nos grupos de discussão com jovens.

* Recalibragem da forma de segmentação dos perfis de conexão dos jovens, agregando à frequência de navegação de diferentes atividades as preferências de realização de forma conectada ou desconectada.

As fases do PerguntAção

Quem é o hiperconectado?



1 Oficina presencial

- Qualificação do tema
- Identificação da pergunta-guia
- Levantamento de hipóteses
- Delimitação do público-alvo
- Construção dos instrumentos de pesquisa



Trabalho de campo 2

Para dar continuidade aos trabalhos e manter os jovens articulados, após a oficina presencial foram criados um grupo no Facebook e um grupo do WhatsApp que funcionaram como canais de comunicação entre o grupo de reflexão e a equipe do Instituto Paulo Montenegro.

O questionário foi revisto pelo grupo de reflexão, que analisou a pertinência das perguntas, sua extensão e a linguagem utilizada.



3 Digitação e tabulação

Tratamento do banco de dados e processamento realizado pelo Instituto Paulo Montenegro.



Análise dos resultados 4 em discussão online



5 Divulgação

Grupo de reflexão



Marcelo Duchêne

- 18 anos
- São Carlos (SP)
- Estudante de Física Computacional
- USP São Carlos
- Pesquisador e empreendedor na área de tecnologia



Rodrigo Hermogenes

- 19 anos
- São Paulo (SP)
- Estudante de Ciências Sociais na Anhanguera
- Agente de Comunicação Comunitária na Fundação Tide Setubal



Lorhan Moraes

- 15 anos
- Campinas (SP)
- Estudante de ensino médio na EE Prof. Norberto de Souza Pinto
- Monitor juvenil na Academia Educar DPaschoal



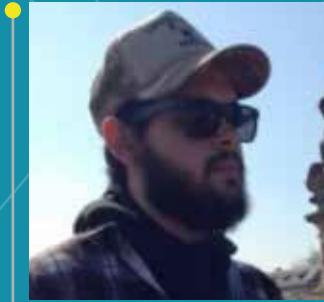
Tainan Piantavinha

- 21 anos
- Itabuna (BA)
- Estudante de Rádio e TV na UESC
- Estagiária do Instituto Nossa Ilhéus



Maickson Bhoim

- 23 anos
- Santarém (PA)
- Licenciado em Educação Física na UEPA
- Sócio-fundador da Embarcar.com Líder RAPS



Flávio Barbosa

- 24 anos
- São Paulo (SP)
- Concluindo Jornalismo na FMU
- Videomaker, produtor de Webzines entre outras atividades DIV



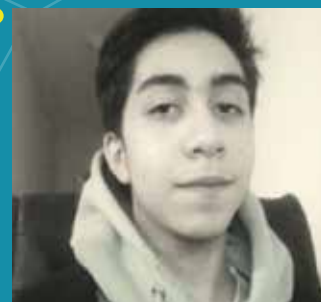
Lucas Reis

- 18 anos
- São Paulo (SP)
- Estudante de ensino médio
- Trabalha no Tribunal Regional Federal da 3ª região



Melissa Silva

- 21 anos
- São Paulo (SP)
- Estudante de Design Digital na Anhembi Morumbi
- Jovem do Mapa da Educação



Renan Nascimento

- 19 anos
- São Paulo (SP)
- Estudante de ensino médio



Jennifer Fernanda

- 16 anos
- Campinas (SP)
- Estudante de ensino médio
- Monitor juvenil na Academia Educar DPaschoal



Victor Fragoso

- 19 anos
- São Bernardo do Campo (SP)
- Estudante de engenharia na UFABC
- Trabalhou na Campus Party e na Fundação Salvador Arena

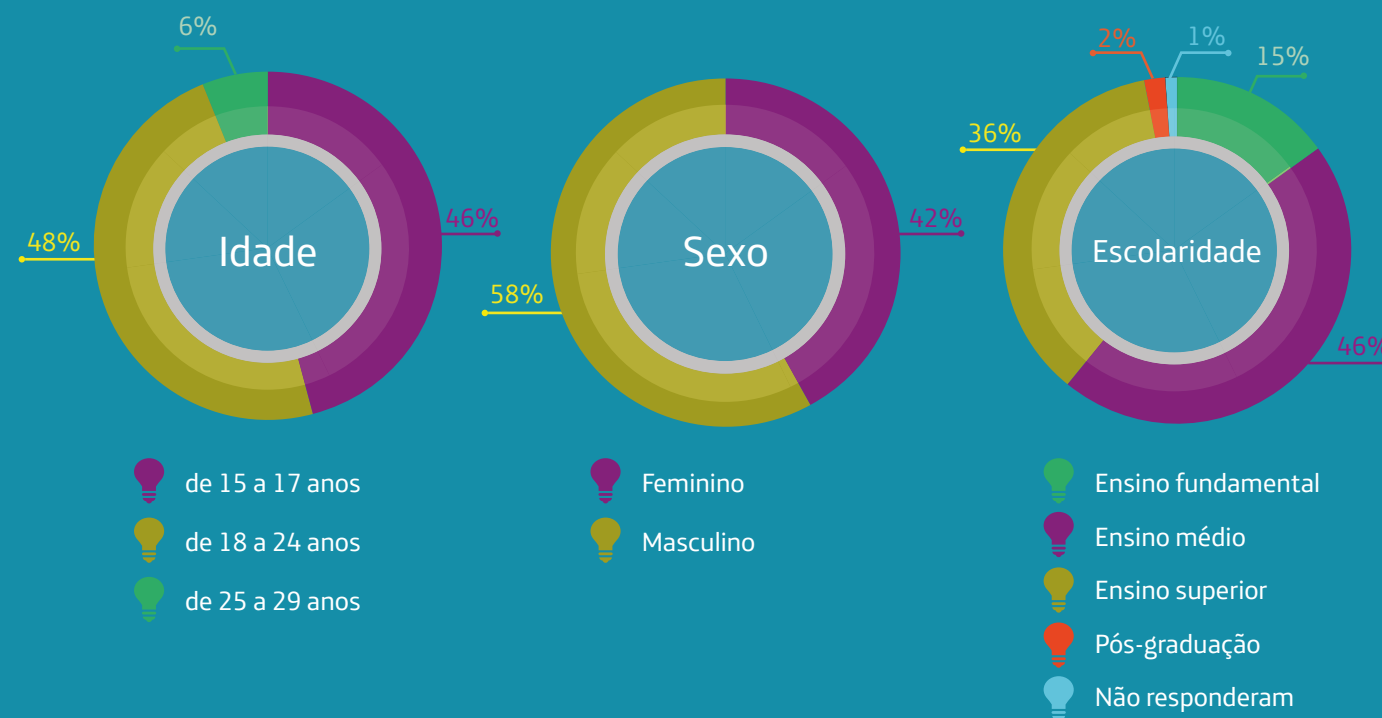


Nós somos jovens, jovens

O perfil dos participantes da etapa reflete o de seus pares: o grupo de reflexão

A maior concentração de jovens entre 15 e 24 anos é consequência direta do fato de a amostra ser formada por entrevistados que fazem parte dos círculos de relacionamento pessoal dos jovens do grupo de reflexão. Foi na oficina realizada com eles, inclusive, que se decidiu mudar a faixa etária dos jovens a serem ouvidos nesta segunda edição do Juventude Conectada. De modo incisivo – e valendo do argumento irrefutável de que esta era a definição do Estatuto da Juventude – eles argumentaram que não fazia sentido excluir os indivíduos entre 25 e 29 anos, que tinham ficado fora da amostra da edição realizada em 2013.

Embora o grupo de reflexão fosse formado majoritariamente por meninos, foi realizado um esforço coletivo para atrair mais meninas e, assim, equilibrar a amostra. Outro reflexo da metodologia é o elevado grau de escolaridade dos respondentes, que espelha o perfil do grupo de reflexão.



Mas quem, afinal, é esse tal de hiperconectado?

A partir das dinâmicas realizadas durante a oficina presencial (que incluíam questões e vídeos disparadores de debate), o grupo de reflexão partiu da ideia de que um hiperconectado se caracteriza pelo **amplo repertório de navegação**, bem como por uma **preferência em realizar suas atividades cotidianas** de forma conectada. Além disso, o hiperconectado:

- ✓ Está adaptado ao mundo virtual.
- ✓ Encara com naturalidade a tecnologia.
- ✓ Acompanha o dinamismo da internet e tira proveito disso.
- ✓ Usa a internet como extensão de seu corpo e de sua mente.
- ✓ Comunica-se e se organiza por meio da internet.
- ✓ Utiliza a internet para facilitar o dia a dia, para ser mais prático e produtivo.



Para determinar se os jovens que responderiam o questionário poderiam ser considerados hiperconectados ou não, o grupo de reflexão elencou as atividades da tabela a seguir. Ao responder o questionário, os jovens deveriam indicar como realizam cada uma dessas atividades, considerando uma escala de 0 a 5, sendo:

0	1	2	3	4	5
não realiza		sempre desconectado			sempre conectado
Ouvir música					Estudar
Consultar mapas ou procurar endereços					Manifestar suas ideias
Comunicar-se no dia a dia					Pesquisar
Utilizar serviços bancários					Ler textos, livros
Jogar					Conhecer pessoas
Informar-se					Namorar
Fazer cursos					Adquirir músicas, filmes, séries
Comprar					Vender
Assistir a filmes, séries e vídeos					Procurar emprego
Criar ou editar documentos de texto, planilhas, apresentações etc.					Armazenar arquivos (fotos, documentos etc.)

O corte de hiperconexão foi estabelecido supondo que:

até
20
pontos

se todas as atividades forem realizadas e sempre de forma desconectada (1);

60
pontos

se todas as atividades forem realizadas e sempre na pontuação média (3);

100
pontos

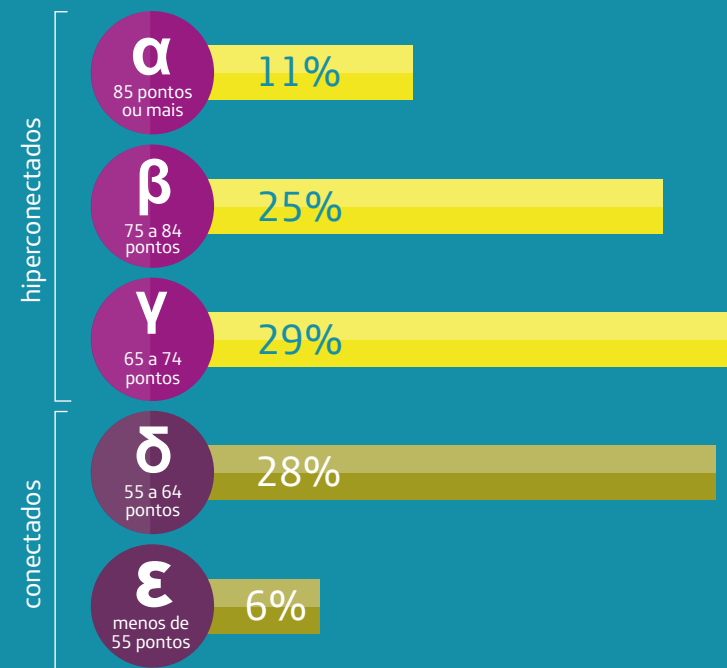
se todas as atividades forem realizadas e sempre de forma conectada (5);

Portanto,

a partir de
65
pontos

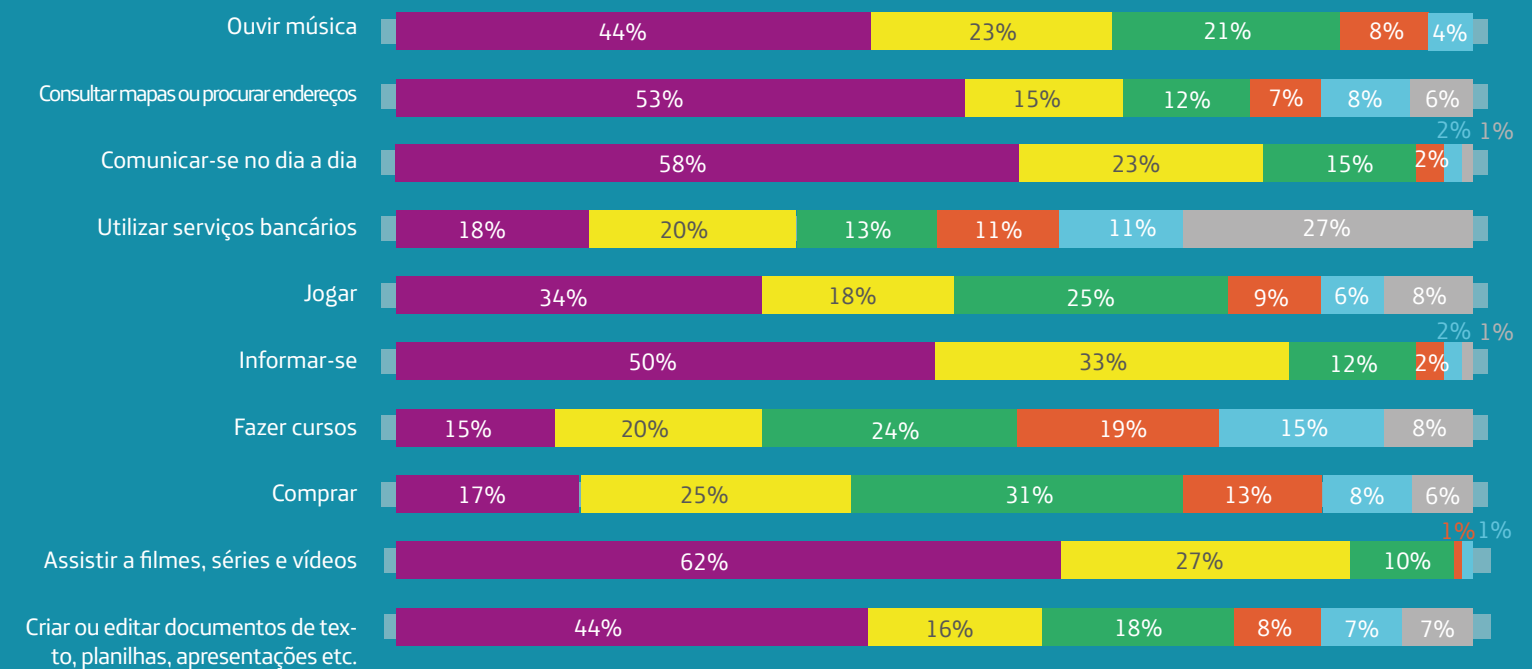
atribui pontuação acima da média para algumas atividades, podendo assim ser caracterizado como hiperconectado.

Estabelecido este critério de corte, as pontuações foram agrupadas em cinco níveis de conexão, detalhados a seguir:*



Usar serviços bancários e fazer cursos se destacaram como atividades realizadas sempre offline. No geral, apresenta-se um cenário de maior preferência pelo online para as demais tarefas.

*Nota em relação às atividades (sendo 5 sempre conectado, 1 sempre desconectado e 0 não realiza)**



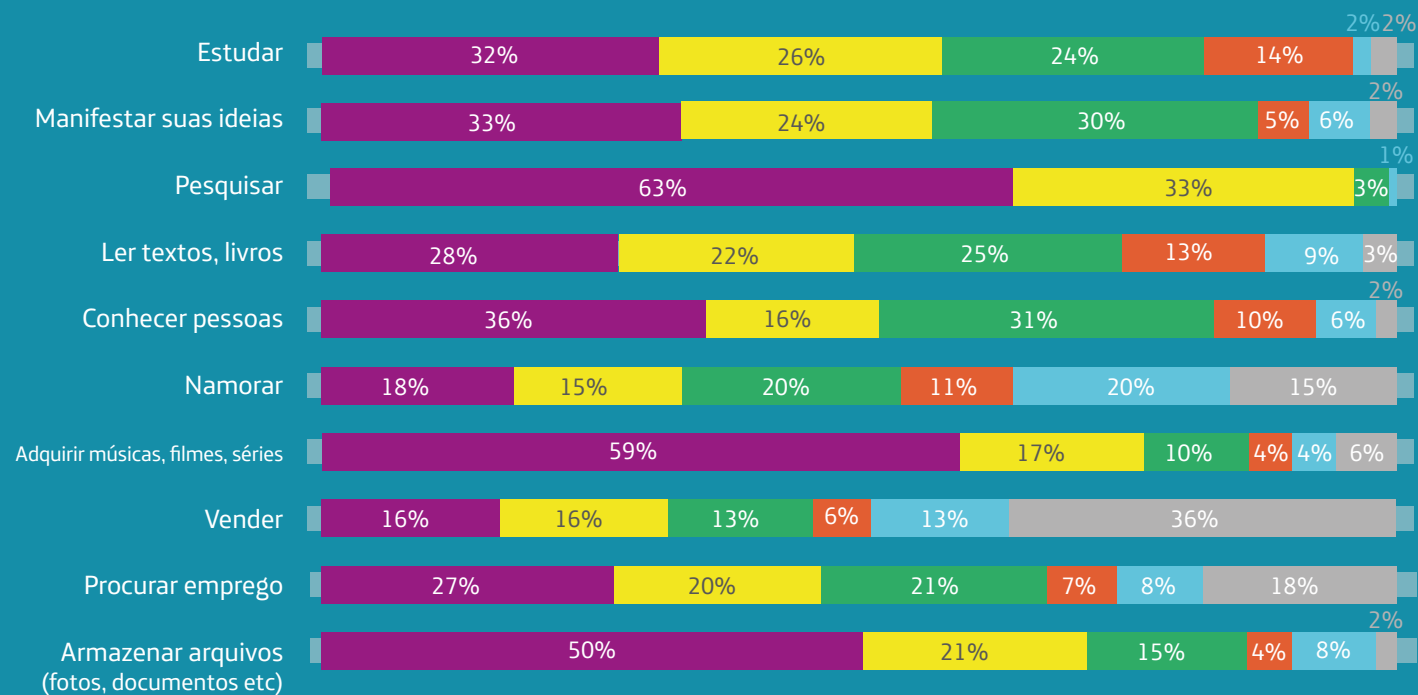
“Acredito que são poucos os jovens com menos de 18 anos que têm necessidade de utilizar serviços bancários.”



(Jovem, grupo de reflexão)

💡 Sempre conectado - 5
 💡 4
 💡 3
 💡 2
 💡 Sempre desconectado - 1
 💡 Não realiza - 0

Namorar e vender apresentam mais força na opção sempre desconectado em relação às outras atividades. Porém, chama a atenção que quase 2 a cada 10 respondentes disseram que namoram sempre conectados.*



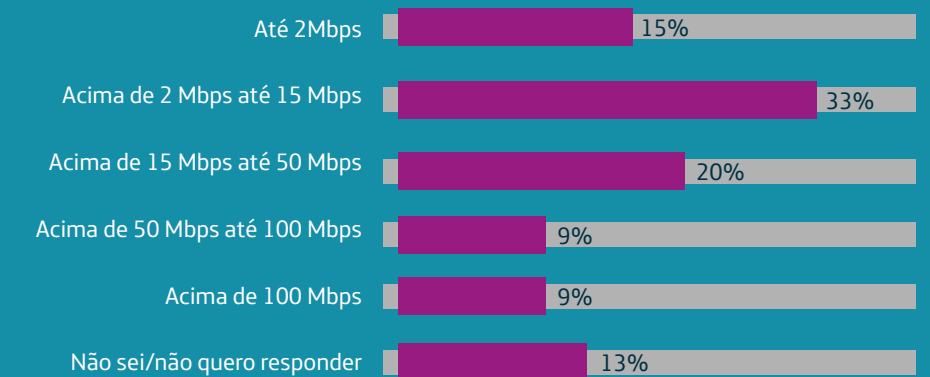
● Sempre conectado - 5
 ● 4
 ● 3
 ● 2
 ● Sempre desconectado - 1
 ● Não realiza - 0

“Estudamos, mas somos hiperconectados e, nas horas vagas, buscamos entretenimento online.”

(Jovem, grupo de reflexão)

Uma das hipóteses levantadas pelo grupo de reflexão acerca do perfil do hiperconectado foi derrubada pelos resultados obtidos a partir da aplicação do questionário em sua rede de relações. Eles **supunham que os hiperconectados seriam mais preocupados que a média dos internautas com a velocidade de sua conexão**. Porém, **não foi o que encontraram**.

Qual a velocidade da internet que você utiliza?*



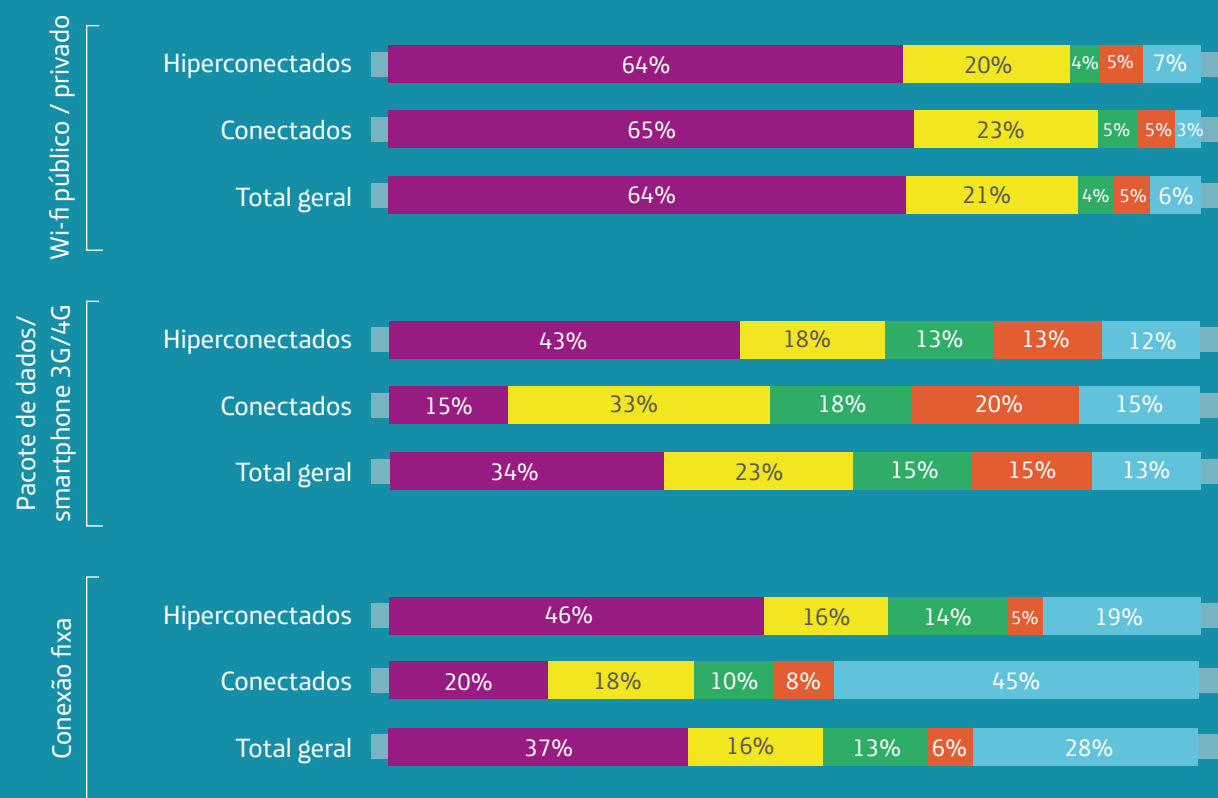
“O fato de a pessoa ser hiperconectada não quer dizer que ela deva saber informações ‘tecnológicas’, tipo velocidade da internet.”

(Jovem, grupo de reflexão)

Caçadores de wi-fi

A conexão a redes móveis (wi-fi), sejam elas públicas ou privadas, é predominante entre os jovens ouvidos nesta etapa, uma característica que dialoga com a mudança geral de perfil identificada pelo estudo, em que o celular passa a ser o dispositivo de acesso utilizado com maior frequência.

Uma característica que se destaca entre os **hiperconectados** é a diversidade de modos de conexão utilizados por esse perfil de internautas: eles **usam mais meios com mais frequência do que os somente conectados**.*



● Mais de uma vez ao dia
 ● Todos os dias ou quase todos os dias
 ● Pelo menos uma vez por semana
● Pelo menos uma vez por mês ou menos
 ● Não utiliza

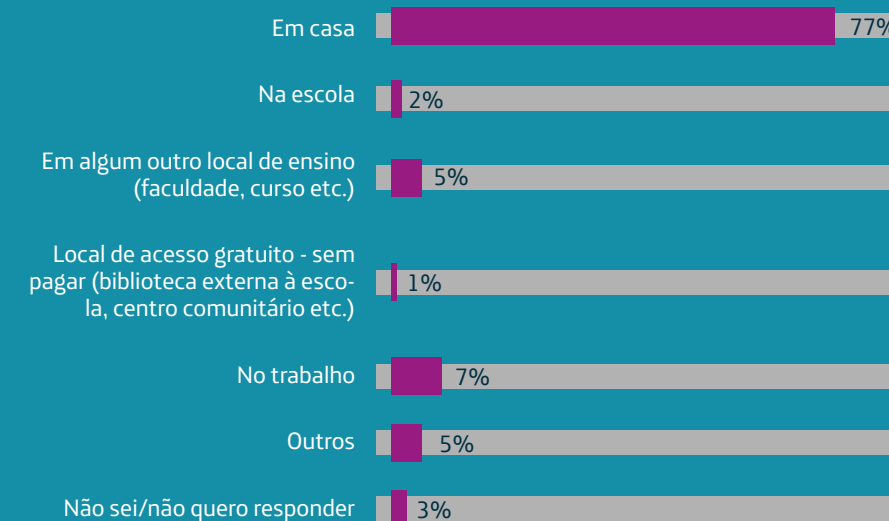
*Devido aos arredondamentos do programa de planilhas, os números relativos a algumas dessas categorias podem variar de 98% a 102%.

“Eles (os hiperconectados) buscam praticidade e estar sempre conectados. O smartphone possibilita exatamente isso. Você pode cumprir todas aquelas funções em qualquer lugar... Seja jogar na cozinha, fazer uma pesquisa no banheiro ou terminar um relatório na sala.”

(Jovem, grupo de reflexão)



Pensando nesse equipamento que você mais usa, em qual local você costuma utilizá-lo com MAIS frequência?



100% dos jovens que mais acessam na escola ou outro local de ensino o fazem pelo celular. Para o grupo de reflexão isso é sinal da falta de apropriação tecnológica educacional.

“É aquilo que foi levado no dia do debate, sobre a falta de apropriação tecnológica na escola.”

(Jovem, grupo de reflexão)



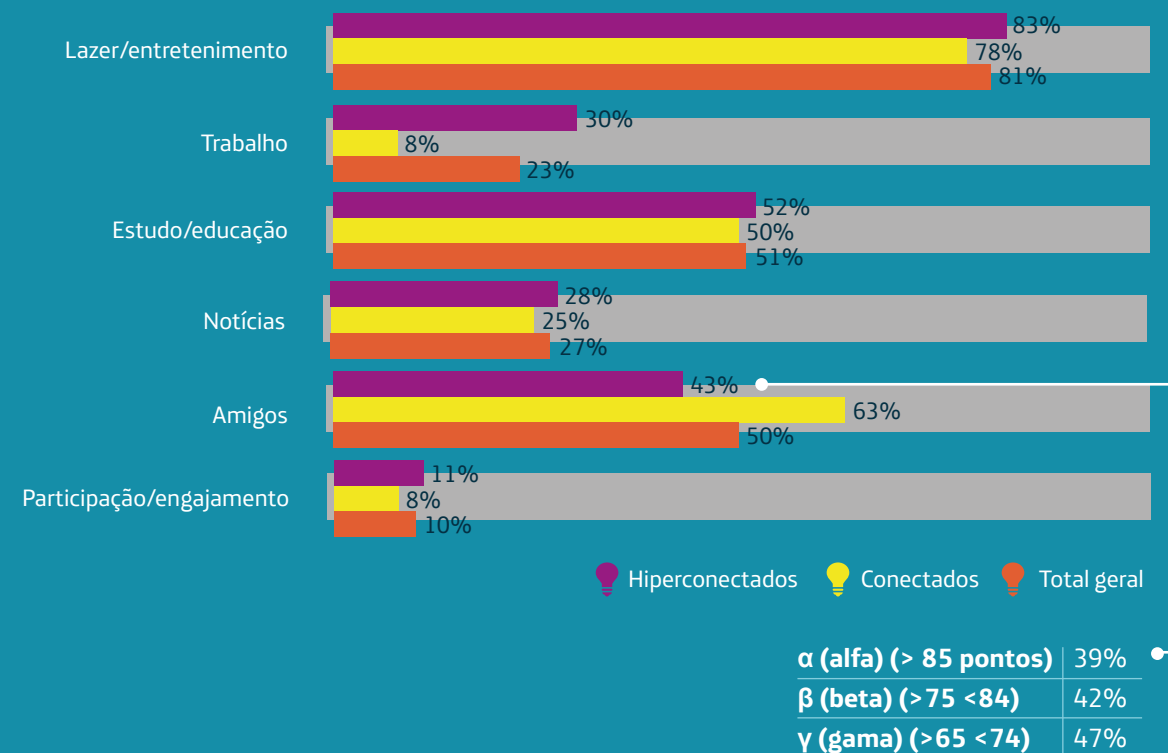
Na escola

- 100% desses acessos é feito via celular

Mas o que você tanto faz nessa internet?

Embora o lazer e o entretenimento ainda apareçam como o principal tipo de atividade realizado por todos os perfis de navegação, é possível notar uma **diferença significativa com relação ao uso das redes sociais pelos hiperconectados**. Quanto mais hiperconectados, menos o acesso às redes sociais é apontado como uma das principais finalidades de uso da internet. Os jovens com maior pontuação na escala de conectividade apresentam **porcentuais significativamente abaixo da média no quesito "amigos"** – um dado que contribui para reforçar a percepção de que os **hiperconectados têm um repertório de navegação mais amplo**.

Quais são as duas principais finalidades quando você usa a internet?

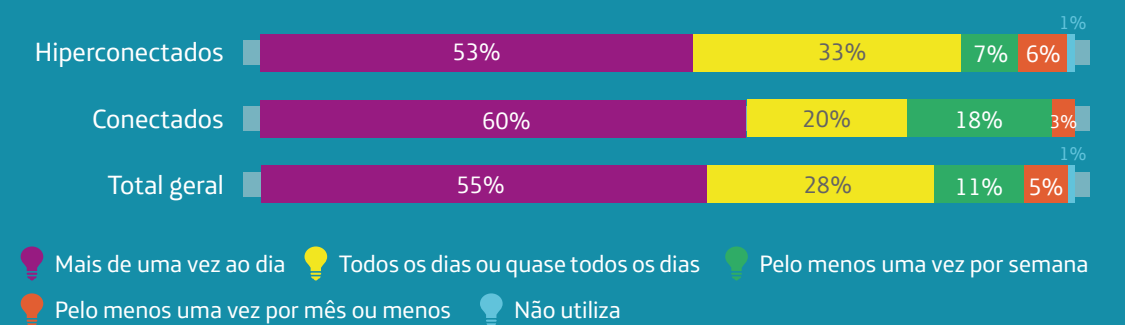


Ao contrário do que o grupo de reflexão imaginava, a busca por facilidades não é uma característica exclusiva do hiperconectado. É possível que a visão da conexão como algo "útil" ao dia a dia esteja atrelada a um uso menos amplo e diversificado, uma vez que, para o hiperconectado, o uso da tecnologia é tão incorporado que ele não precisa buscá-la sempre.

Por um lado, os menos conectados são **os que fazem buscas menos frequentes. Por outro, quanto menos hiperconectado, maior a frequência de busca por meios tecnológicos mais de uma vez por dia.** Note, no gráfico a seguir, que o percentual para os conectados é de 60% e, para os hiperconectados, de 53%.

Na análise do grupo de reflexão, essa distribuição soa coerente, pois consideram que as diferentes tecnologias estão relativamente bem disseminadas e incorporadas ao dia a dia de boa parte da população brasileira. **Uma das evidências que reforçam essa percepção é a velocidade com que os entrevistados dizem encontrar o que procuram na internet: 94% declaram levar poucos segundos ou minutos.**

Com que frequência você busca meios tecnológicos para facilitar o seu cotidiano?*



*Devido aos arredondamentos do programa de planilhas, os números relativos a algumas dessas categorias podem variar de 98% a 102%.

O dilema do exagero: o hiperconectado é viciado?

Quase todos os jovens que participaram da etapa PerguntAção (94%) afirmam que já passaram mais tempo do que pretendiam na internet e um terço deles acha que isso sempre acontece.

Os hiperconectados parecem ser mais críticos com sua rotina online e, conseqüentemente, com seus próprios exageros eventuais.

Você acha que já passou mais tempo na internet do que pretendia?*



“Por exemplo, eu passo pelo menos 12 horas por dia conectado e acho que não é demais...minha mãe acha que é.”

(Jovem, grupo de reflexão)

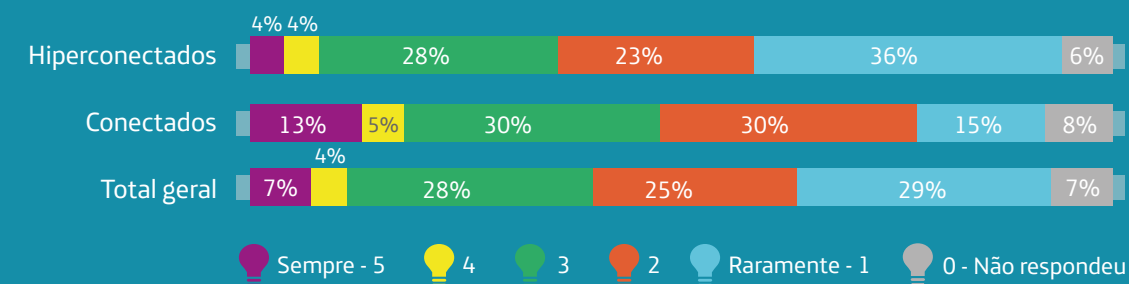
“Acho que isso é algo normal, todo mundo acaba se prendendo às vezes à conexão e o tempo passa batido.”

(Jovem, grupo de reflexão)

“Acho que, quando precisamos fazer algo na internet, meio que temos uma noção do tempo que vamos passar focados naquilo, mas geralmente acabamos levando mais tempo por, talvez, distração.”

(Jovem, grupo de reflexão)

Frequência com que acha que passa mais tempo do que pretendia na internet*



“O ‘sempre’ eu diria que é típico do hiperconectado. Mas todo mundo acaba passando um pouco mais de tempo na internet do que pretendia.”

(Jovem, grupo de reflexão)

Janela para o mundo

Quando questionados sobre sua visão a respeito da internet, **é consenso entre os jovens que ela é uma ferramenta que proporciona conhecimento**. A polêmica, no entanto, situa-se em como os jovens percebem esse acesso ampliado ao conhecimento que a internet propicia, em especial quanto ao seu **efeito sobre os estudos. Ela ajuda ou atrapalha?** Não houve consenso entre o grupo de reflexão nem entre sua rede de contatos.

Nota-se uma tendência de que, **quanto mais hiperconectado, mais positiva é a sua visão sobre a internet como ferramenta de informação atualizada, que permite maior compartilhamento, mais acesso à informação e mais estímulo à produção de conteúdo próprio**. Também são os hiperconectados que mais acreditam que a internet pode ajudar a promover interação.

Outra questão sempre polêmica é a da segurança. A percepção de que a internet é perigosa é baixa: quase um terço a considera assim. E a diferença entre hiperconectados e conectados não é muito grande, embora os que têm mais repertório de navegação conheçam melhor os perigos a evitar.

Concordam totalmente com as afirmativas (%)

	Hiperconectados	Conectados
O uso da internet deixa as pessoas mais informadas	67%	50%
O uso da internet estimula a produção de conteúdos próprios	47%	33%
Os conteúdos na internet influenciam a opinião das pessoas	63%	48%
O uso de internet atrapalha os estudos e a concentração	28%	35%
A internet ajuda na interação entre as pessoas	57%	50%
O uso da internet deixa as pessoas mais produtivas	23%	25%
A internet é perigosa, pois usando-a as pessoas produzem muitos dados que podem ser utilizados pelas empresas	31%	33%

Para os hiperconectados α (alfa) (>85 pontos), são 53% que consideram propiciar maior produtividade.

Fazemos qualquer negócio

Os índices de uso da internet para atividades comerciais são bastante altos entre os jovens que participam da etapa PerguntAção. Para o grupo de reflexão, a proporção entre pesquisas de preço e compras faz sentido e sinaliza para um tipo de comportamento que combina pesquisa online e compras offline. Nota-se que os **hiperconectados tendem a utilizar mais a internet a seu favor: eles são os que mais fazem anúncios e vendas online, reafirmando o seu uso mais amplo e diversificado da internet**. Os hiperconectados são também os que mais diversificam os tipos de produtos comprados, vendidos e anunciados, indo além dos livros, eletrodomésticos e ingressos.

Atividades comerciais que realizam na internet (%)

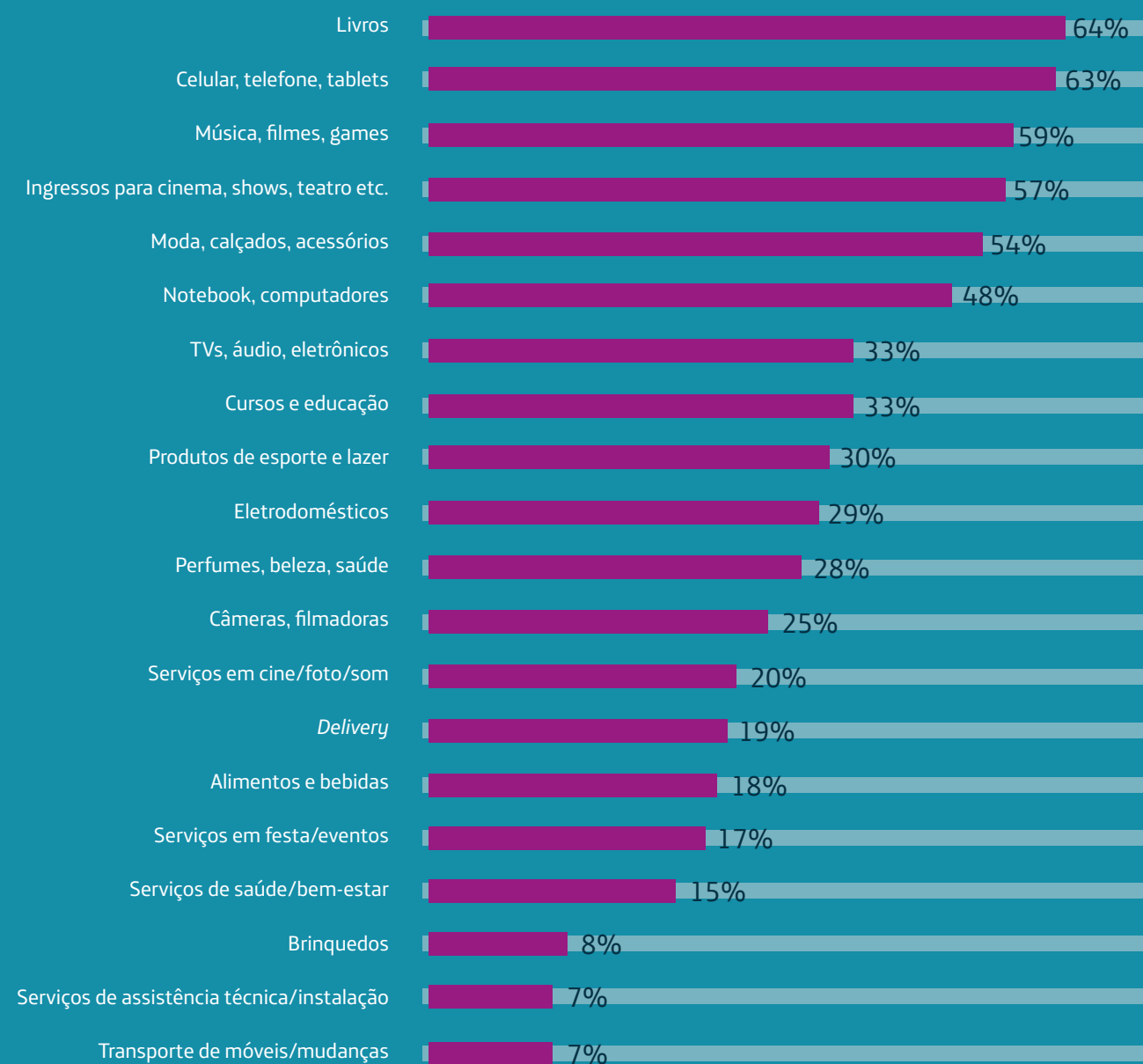
	Hiperconectados	Conectados
Compra	77%	65%
Venda	37%	15%
Anúncio	43%	18%
Pesquisa de preço	93%	90%

“Acho que os livros estão em grande número, pois encontrá-los em uma livraria é mais difícil do que só entrar na internet e mandar enviar. Aí você não fica batendo perna de livraria em livraria.”



(Jovem, grupo de reflexão)

Quais os tipos de produtos ou serviços que você compra, vende, anuncia ou pesquisa preços/custos na internet?



Eu quero ter um milhão de amigos

Hiperconectados ou não, todos estão nas redes sociais. O que varia é a diversidade de perfis que cada categoria tem, que aumenta à medida que o índice de conectividade cresce. Os hiperconectados do α (alfa) (>85 pontos) são os que mais utilizam redes sociais para múltiplos fins, seja para lazer, troca de informação ou funções de caráter prático. Os hiperconectados do β (beta) (>75 <84) são os que mais utilizam o YouTube, por exemplo. Os do γ (gama) (>65 <74) são os com maior presença no LinkedIn, ao mesmo passo que, entre os hiperconectados, são os que menos usam o Instagram e o Twitter.

Entre os jovens da rede de contatos do grupo de reflexão, as redes sociais mais acessadas são:

		Redes sociais onde têm perfil	
		Hiperconectados	Conectados
	Facebook	99%	100%
	WhatsApp	96%	98%
	Instagram	80%	78%
	YouTube	68%	76%
	Google+	77%	68%
	Twitter	65%	40%
	LinkedIn	35%	8%
	Tumblr	25%	15%
	Ask.fm	23%	15%
	Waze	20%	13%
	Pinterest	18%	5%
	Snapchat	13%	10%
	Flickr	13%	0%
	MySpace	11%	3%
	Last.fm	8%	0%

“Com WhatsApp e Facebook não me surpreendi. Esperava que todo mundo tivesse e acho que quase todos usam sim.”

“O Twitter é mais para ‘divas do pop’, seguidores de famosos, sabe? Por não ter muita interatividade, os famosos usam muito e os fãs costumavam fazer um perfil para saber o que eles fazem e pensam.”

“Para um profissional o LinkedIn é muito bom. Ajuda muito os universitários, principalmente.”

“O Twitter é usado normalmente por pessoas de classe A.”

“Instagram é a base da ‘sociedade do espetáculo’ (saudades do meu professor de sociologia!). Hoje em dia todo mundo quer fazer parte dela. E qual melhor aplicativo do que o Instagram para provar isso?”

“O Twitter é mais para os intelectuais.”

Tá tranquilo, tá favorável

Quando se trata de avaliar a segurança na internet, os hiperconectados se posicionam, uma vez mais, à frente dos jovens de outros perfis. A única exceção é quanto ao download de aplicativos. Enquanto 78% dos conectados se dizem muito seguros, somente 49% dos hiperconectados têm a mesma opinião. Para o grupo de reflexão a explicação é simples: isso se deve, de novo, à amplitude de repertório de navegação. Os hiperconectados conhecem e acessam fontes alternativas, além das grandes vitrines representadas pelas lojas oficiais do Google e da Apple.

Sensação de segurança ao realizar atividades online

	Muito seguros	
	Hiperconectados	Conectados
Baixar aplicativos gratuitos ou pagos de seu interesse e que considera úteis	49%	78%
Realizar transações bancárias pela internet	36%	25%
Fornecer dados pessoais seja na compra de um produto ou serviço	25%	18%
Inscrever-se em concursos, provas, disponibilizar seu currículo online	63%	53%
Participar de pesquisas online, abaixo-assinados, abrir contas	53%	30%

“Segurança para baixar os apps deve ser por causa da confiabilidade do Google Play e iStore. Poucos utilizam *stores* alternativas.”

(Jovem, grupo de reflexão)

Se para os jovens que participaram do grupo de reflexão foi uma experiência interessante e repleta de aprendizagens, para a equipe de pesquisadores e consultores envolvidos no Juventude Conectada ficou uma grande lição, que deve permear todas as demais edições: para compreender o universo jovem, conectado ou não, é preciso ter um olhar jovem, apresentando questões pertinentes para eles responderem, perguntarem e analisarem.

Especialistas entrevistados



Foram convidados a aprimorar o estudo, com base em suas experiências e conhecimentos de suas áreas de atuação, 10 especialistas em áreas de afinidade com os temas do estudo Juventude Conectada: **Juventude, Comportamento, Educação, Ativismo e Empreendedorismo**. Suas análises foram realizadas individual e coletivamente, olhando para descobertas atuais e procurando desenhar as tendências do futuro da juventude conectada.

Cada um dos 10 especialistas recebeu em primeira mão uma prévia dos resultados do estudo Juventude Conectada e fez sua leitura. Posteriormente, foram ouvidos em entrevistas em profundidade, conduzidas individualmente. Eles também participaram, ao final do processo, de um workshop que reuniu todas as equipes envolvidas e os consultores do estudo.

Especialistas entrevistados

Panorama geral



Inês Vitorino Sampaio

Doutora em Ciências Sociais pela Unicamp, é docente do programa de pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará e coordena o Grupo de Pesquisa da Relação Infância, Juventude e Mídia (GRIM - Núcleo UFC) e o Projeto de Extensão TVez: Educação para o uso crítico da mídia.

Harika Merisse Maia

Mestre em Antropologia pela PUC-SP, aos 30 anos coordena o Programa para Valorização de Iniciativas Culturais (VAI) da Prefeitura de São Paulo, mantendo contato direto com diversos coletivos e iniciativas culturais periféricas de jovens em São Paulo.

Comportamento



Mario Volpi

Graduado em Filosofia e mestre em Ciências Sociais, é oficial de programas do Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF) e coordenador do Programa Cidadania dos Adolescentes no Brasil.

Nathalia Ziemkiewicz

Jornalista pós-graduada em educação sexual, com 29 anos, é idealizadora do blog Pimentaria.

Educação



Larissa Alves

Relações públicas pela Univeridades Estadual da Bahia, especialista em Jornalismo e Direitos Humanos e Comunicação em Redes Sociais, é mobilizadora social do Porvir no Instituto Inspirare.

Alice Andrés Ribeiro

Mestre em Direitos Humanos e Democratização pelo European Inter-University Centre for Human Rights and Democratisation e mestre em Administração Pública e Governo na Fundação Getúlio Vargas/SP, sendo hoje articuladora do Movimento pela Base Nacional Comum.

Ativismo



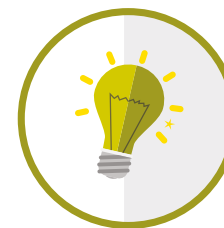
Marcio Black

Mestre em Ciência Política pela PUC-SP, já trabalhou como coordenador de mobilizações no Avaaz, na agência digital Coléia e integra o coletivo Sistema Negro de Som.

Miguel Lago

Cientista político com mestrado em Administração Pública, aos 28 anos já fundou o Meu Rio e hoje é Diretor-Presidente da rede de ativismos e mobilização Nossas Cidades.

Empreendedorismo



Edgard Barki

Doutor e mestre em Administração de Empresas pela FGV-EAESP, instituição na qual leciona e coordena o Mestrado Profissional de Gestão Internacional e o Programa de Sustentabilidade e Base da Pirâmide do Centro de Excelência em Varejo.

Camila Achutti

Tecnóloga e empreendedora, com 24 anos já é, entre outras coisas, embaixadora nacional do Technovation Challenge Brasil e fundadora do Mulheres na Computação.





As referências a seguir foram utilizadas pelos consultores e pela equipe responsável pelo estudo Juventude Conectada para auxiliar no aprofundamento de suas análises sobre os resultados levantados nesta segunda edição. São livros, artigos e pesquisas nacionais e internacionais que se debruçam sobre a relação dos jovens com as tecnologias de informação e suas intersecções com os eixos temáticos adotados (comportamento, educação, ativismo e empreendedorismo) e que podem auxiliar professores, pesquisadores e estudiosos a explorarem de forma mais detalhada as diferentes nuances e desdobramentos do objeto deste estudo.

ALEPE (2015). Assembleia Legislativa do Estado de Pernambuco, Lei nº 15.507, de 21 de maio de 2015. Disponível em: <http://bit.ly/1Mc29Bv>

ANGWIN, Julia (2014). *Dragnet Nation: a quest for privacy, security and freedom in a world of relentless surveillance*. EUA: Times Books.

ANSARI, Aziz; KLINENBERG, Eric (2015). *Modern Romance*. EUA: Penguin Group.

ATTEWELL, J. (2005). *From research and development to mobile learning: Tools for education and training providers and their learners*. Proceedings of mLearn 2005, Capetown, South Africa. Disponível em: <http://www.mlearn.org.za/CD/papers/Attewell.pdf>

BENDYK, Edwin (2015). *Digital Natives in a World of Hyperconsumerism*. *Fathers Quarterly*, n. 1/2015.

CASTELLS, Manuel (2003). *A galáxia da Internet*. Rio de Janeiro: Zahar.

CASTELLS, Manuel (2013). *Redes de comunicação e esperança: movimentos sociais na era da internet*. Rio de Janeiro: Zahar.

CETIC (2014). *TIC Domicílios 2014*. Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação. Disponível em: <http://www.cetic.br/pesquisa/domicilios/indicadores>

COMMON SENSE MEDIA (2015). *The Common Sense Census: media use by tweens and teens*. Disponível em: https://www.common sense media.org/sites/default/files/uploads/research/census_researchreport.pdf

DEEGAN, R. & ROTHWELL, P. (2010). *A classification of m-Learning applications from a usability perspective*. *Journal of the Research Center for Educational Technology (RCET)*, v. 6, n. 1, 16-27.

DEWEY, J. (1971). *Experiência e Educação*. São Paulo: Companhia Editora Nacional.

ENDEAVOR Brasil (2014). *Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras. Resultados Longitudinais*, p.7.

F/RADAR (2015). *Democracia Conectada: panorama sobre o ativismo digital no Brasil*. Disponível em: <https://medium.com/@fnazca/ativismo-digital-ea9171dd4fc5#.m9unakh5q> FEIXA, Carles (2014). *De la generación@ a la #generación: la juventude en la era digital*. Barcelona: Ned Ediciones.

FELITTI, G. (2014). *Jovens empreendedores de 18 anos dividem seu tempo entre a escola e uma empresa milionária*. *Revista Época Negócios*. Dezembro de 2014. Disponível em: <http://epocanegocios.globo.com/Informacao/Visao/noticia/2014/12/jovens-empresarios-de-18-anos-dividem-seu-tempo-entre-escola-e-uma-empresa-de-r-500-milhoes.html>

FERREIRA, A. (2012). *Venda de coroas fúnebres faz empresário faturar seu primeiro R\$ 1 milhão*. UOL. 08/03/2012. Disponível em: <http://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2012/03/08/venda-de-coroas-funebres-faz-empresario-faturar-seu-primeiro-milhao.htm>

FREIRE, P. (2001). *Ação cultural para a liberdade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

GEE, J. P. (2005). *Good video games and good learning*. *Phi Kappa Phi Forum*, 85(2), 33–37.

HUIZINGA, J. (1980). *Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura*. São Paulo: Perspectiva.

JENKINS, Henry (2009). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: media education for the 21st century*. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Reports on Digital Media and Learning / Junho 2009.

KANG, Cecilia (2016). *Bridging a digital divide that leaves school children behind*. *The New York Times*, 22/02/2016.

KELLEY, T. (2005). *The Ten Faces of Innovation: IDEO's strategies for beating the devil's advocate and driving creativity throughout your organization*. New York: Doubleday.

LARROSA, J. (1994). *Tecnologias do eu e educação*. In: SILVA, T. *O sujeito da educação*. Petrópolis. Vozes, 35-86.

LAVE, J. (1988). *Cognition in practice: Mind, mathematics and culture in everyday life*. Cambridge: Cambridge University Press.

LIPOVETSKY, Gilles e SERROY, Jean (2011). *A cultura-mundo: resposta a uma sociedade desorientada*. São Paulo: Cia. das Letras.

LUMINI, M. (2014). *Engenheiro de Gaspar estuda teste de visão para celular no MIT, nos EUA*. *Diário Catarinense*. 12/07/2014. Disponível em: <http://dc.clicrbs.com.br/sc/noticias/noticia/2014/07/engenheiro-de-gaspar-estuda-teste-de-visao-para-celular-no-mit-nos-eua-4549272.html>

MEIRA, L. (2012). *Cultura de inovação na escola*. TEDx Universidade Federal Fluminense. Disponível em: <http://bit.ly/1MyK7XW>

MEIRA, L. (2014). *Cultura digital e ensino médio*. *Revista Pátio Ensino Médio*, 5, n. 19.

MEIRA, L. & PINHEIRO, M. (2012). *Inovação na Escola*. Anais do XI Simpósio Brasileiro de Games e Entretenimento Digital, Brasília, DF.

MEIRA, L., RAMALHO, G. & NEVES, A. (2009). *Lan House na escola: uma olimpíada de jogos digitais e educação*. Anais do VIII Simpósio Brasileiro de Games e Entretenimento Digital, Rio de Janeiro, RJ.

MORIN, Edgar (1984). *Cultura de massa no século XX*. Espírito do Tempo 1. Neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária.

NUNES, T., SCHLIEMANN, A. & CARRAHER, D. (1993). *Mathematics in the streets and in schools*. Cambridge: Cambridge University Press.

PAPERT, S. (1980). *Mindstorms: Children, computers and powerful ideas*. Cambridge: Basic Books.

PEW RESEARCH CENTER (2013). *Teens, Social Media and Privacy*. Disponível em: <http://www.pewinternet.org/2013/05/21/teens-social-media-and-privacy/>

PEW RESEARCH CENTER (2015). *Teens, Social Media and Technology Overview 2015*. Disponível em: <http://www.pewinternet.org/2015/04/09/teens-social-media-technology-2015/>

PRENSKY, Mark (2001). *Digital Natives, Digital Immigrants*. *On the Horizon*, Vol. 9/2001.

READ, Stuart.; SARAVASTHY, Saras (2005). *Knowing what to do and doing what you know: Effectuation as a form of entrepreneurial expertise*. Journal of Private Equity, Winter 2005, p. 45-62.

RESNICK, M. (2007). *All I really need to know (about creative thinking) I learned (by studying how children learn) in kindergarten*. ACM Creativity & Cognition Conference, Washington DC.

ROBINSON, K. (2006). *Do schools kill creativity?* Palestra TED. Disponível em: <http://bit.ly/1qw3RSm>

ROSIN, Hanna (2014). *Why Kids Sext*. The Atlantic, Nov. 2014.

SALMON, Felix (2013). *Promiscuous Media*. Disponível em: <http://blogs.reuters.com/felix-salmon/2013/05/28/promiscuous-media/>

SCHUMPETER, J. (1988). *A teoria do desenvolvimento econômico*. São Paulo: Nova Cultural.

SHIRKY, Clay (2011). *A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado*. Rio de Janeiro: Zahar.

SHIRKY, CLAY (2008). *Here Comes Everybody: the power of organizing without organizations*. EUA: Penguin Group.

WINNICOTT, D. W. (1975). *O brincar e a realidade*. Rio de Janeiro: Imago.

WORLD ECONOMIC FORUM (2016). *Executive Summary: The Future of Jobs Employment, Skills and Workforce Strategy for the Fourth Industrial Revolution*. Davos: Suíça.



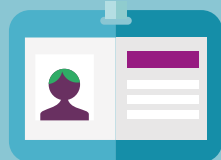
14

Anexo

O questionário utilizado

Assim como na primeira edição do estudo, realizada em 2013, nesta segunda edição do Juventude Conectada o questionário utilizado na etapa quantitativa foi dividido em cinco blocos: o primeiro com questões destinadas a determinar o perfil do entrevistado e os outros quatro a aprofundar a compreensão do uso que o jovem faz da internet em cada um dos eixos temáticos da pesquisa (comportamento, educação, ativismo e empreendedorismo).

As alterações e inclusões de perguntas nesta segunda edição vêm pontuadas nas páginas a seguir.



1- Perfil do entrevistado

F1. Praça que reside: _____

F2. Sexo: () Masculino () Feminino

F3. Idade: ____ anos

F4. Dados de classificação econômica - novo critério Brasil 2015

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 dúplex	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	2
Quantidade de máquinas SECADORAS DE ROUPAS, considerando lava e seca	0	2	2	2	2

F4a. Qual é o grau de instrução do chefe da família? (pessoa que contribui com a maior parte da renda do domicílio)

Nomenclatura atual	Chefe da família - PONTOS
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

F4b. A água utilizada nesse domicílio é proveniente de:

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

F4c. Considerando o trecho da rua do seu domicílio, você diria que a rua é:

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

F5. Sabe ler e escrever um bilhete simples?

Sim

Não

F6. Qual foi a última série que você completou com aprovação? (RU)

Sabe ler/escrever, mas não cursou escola

PRIMÁRIO (1º GRAU) | FUNDAMENTAL

1ª até 3ª série

4ª série

GINÁSIO (1º GRAU) | FUNDAMENTAL

5ª até 7ª série

8ª série

COLEGIAL (2º GRAU) | MÉDIO

1ª e 2ª série

3ª série | vestibular

SUPERIOR

Superior incompleto

Superior completo

F7. Agora eu vou ler algumas opções e gostaria saber em qual delas você melhor se encaixa?

Apenas estudo
Estudo e trabalho
Apenas trabalho
Nem estudo/nem trabalho

Mudança de 2013 para 2015: perguntando se pública ou privada para cada nível de ensino

F8. A instituição onde você estuda/estudou os ciclos de ensino (conforme escolaridade) é pública ou privada?

	Pública	Privada
Ensino fundamental	1	1
Ensino médio	1	1
Faculdade	2	2

F9. Você costuma utilizar a internet?

Sim	Continue
Não	Encerre

F10. De qual desses equipamentos você costuma acessar a internet?

F11. E qual deles é o mais frequente?

Computador de mesa
Computador portátil (notebook, laptop, netbook)
Tablet
Celular/Smartphone
TV
Aparelho tocador de MP3 (iPod)

F12. Para cada uma das atividades abaixo, responda qual é a frequência com que você costuma realizá-las quando está conectado à 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, SnapChat etc.)	1	2	3	4	5
Verifica seu email	1	2	3	4	5
Conversa por meio de mensagens instantâneas (WhatsApp, Skype, G-talk, Messenger do Facebook etc.)	1	2	3	4	5
Participa de fóruns de discussão	1	2	3	4	5
Cria/atualiza blogs e páginas da internet	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, navegação, pesquisa de local, Waze, Moovit, Google Maps etc.)	1	2	3	4	5
Acompanha blogs (jogos, moda, decoração etc.)	1	2	3	4	5
Utiliza serviços online (internet banking, e-gov, 99 táxi, easy taxi etc.)	1	2	3	4	5

ATIVIDADES DE LAZER

Assiste a filmes, séries, programas de televisão, ouve música (YouTube, Vimeo, Netflix, Popcorn Time etc)	1	2	3	4	5
Baixa conteúdo da internet (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, Terra, CBN etc.)	1	2	3	4	5
Baixa e instala softwares/programas de computador	1	2	3	4	5
Lê livros digitais (e-books, eReaders etc.)	1	2	3	4	5
Cria/posta conteúdo digital (ex: música, imagens, vídeo, fotos, filmes etc.)	1	2	3	4	5
Joga games/jogos eletrônicos	1	2	3	4	5

F12. Para cada uma das atividades abaixo, responda qual é a frequência com que você costuma realizá-las quando está conectado à 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
ATIVIDADES DE TREINAMENTO, EDUCAÇÃO E CAPACITAÇÃO/MERCADO DE TRABALHO					
Procura ou pesquisa na web para a escola ou faculdade	1	2	3	4	5
Faz curso à distância, curso online (cursos complementares/cursos de extensão/graduação/mercado de trabalho, EAD)	1	2	3	4	5
Pesquisa informações sobre cursos	1	2	3	4	5
Procura ou pesquisa na web tópicos relacionados a capacitação profissional	1	2	3	4	5
Procura ou pesquisa na web dicas de uso/tutoriais para softwares (Excel, Photoshop etc.)	1	2	3	4	5
COMÉRCIO ELETRÔNICO					
Compra pela internet produtos e serviços (viagens, roupas, sapatos etc.)	1	2	3	4	5
Pesquisa de preços de produtos e serviços	1	2	3	4	5

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

Itens novos

Aplicar para itens citados na F12 com menção aos códigos 1 a 3

Pergunta nova

F13. Como você costuma _____ (LER CADA ITEM) com mais frequência? Você me diria que é pelo computador (desktop/notebook) ou celular/tablet?

	Computador (Desktop/notebook)	Celular/tablet
Acessar redes sociais	1	2
Verificar seu email	1	2
Conversar por meio de mensagens instantâneas	1	2
Participar de fóruns de discussão	1	2
Criar/atualizar blogs e páginas da internet	1	2
Fazer pesquisas na web sobre informações em geral	1	2
Utilizar serviços de localização	1	2
Acompanhar blogs	1	2
Utilizar serviços online	1	2
Assistir a filmes, séries, programas de televisão, ouvir música	1	2
Baixar conteúdo da internet	1	2
Acessar site de revistas	1	2
Acessar sites de notícias	1	2
Baixar e instalar softwares/programas de computador	1	2
Ler livros digitais	1	2
Criar/postar conteúdo digital (ex: música, imagens, vídeo, fotos, filmes etc.)	1	2
Jogar games/ jogos eletrônicos	1	2
Procurar ou pesquisar na web para a escola ou faculdade	1	2
Fazer curso à distância, curso online	1	2
Pesquisar informações sobre cursos	1	2
Procurar ou pesquisar na web tópicos relacionados a capacitação profissional	1	2
Procurar ou pesquisar na web dicas de uso/tutoriais para softwares (Excel, Photoshop etc.)	1	2
Comprar pela internet produtos e serviços	1	2
Pesquisar preços de produtos e serviços	1	2

Pergunta nova

F14. Pensando em todas essas atividades que você faz na internet, de forma geral o que você leva em consideração na hora de escolher onde/como realizá-las?

Indicação de amigos/colegas	1
Indicação da escola/de professores	2
É a forma mais utilizada/todos utilizam/mais acessada	3
Não conheço outras formas/única forma de realizar a atividade	4
É a forma mais moderna/atualizada	5
Oferece o melhor serviço/com mais qualidade	6
É mais seguro/confiável	7
É gratuito/tem baixo custo	8
É a forma mais rápida	9
Outros (especifique)	---



2- Educação e aprendizagem

Por favor, pense no uso da tecnologia no processo de aprendizagem, que inclui o acesso nas escolas/faculdade ou em casa para consultas a textos, vídeos, áudios, realização de testes de conhecimento etc.

P1. A seguir temos uma lista de possibilidades tecnológicas para ajudar no aprendizado dos alunos. Por favor, pense apenas no período do ensino fundamental/ensino médio.

P1a. Quais opções você acha que mais ajudam a aprender na escola?

P1b. Quais opções você acha que mais ajudam a aprender conteúdos escolares fora da escola?

P1c. E com quais opções você teve contato para aprender na escola ou fora dela?

Pergunta nova

	Aprender na escola	Aprender fora da escola	Já teve contato
Apresentações em Powerpoint e projetores	1	1	1
Aula no laboratório de informática	2	///	2
Games educacionais ou com conteúdo focado no aprendizado	3	3	3
Sites/portais educacionais abertos ao público em geral	4	4	4
Sistemas/plataformas de ensino oferecidas pela escola	5	5	5
Simulados e testes online/exercícios interativos	6	6	6
Software (programas) para computadores/notebooks com conteúdo focado no aprendizado	7	7	7
Aplicativos para smartphones ou tablet com conteúdo focado no aprendizado	8	8	8
Cursos a distância (EAD)	9	9	9
Vídeo-aula/vídeos didáticos	10	10	10
Computador/tablet distribuído pela escola a todos os alunos	11	11	11
Lousa digital em sala de aula	12	///	12
Outros (especifique)	---	---	---

P2. Agora gostaria que você respondesse as frases a seguir utilizando uma escala de 0 a 10, em que 0 significa que discorda totalmente e 10 significa que concorda totalmente.

- É mais fácil fazer trabalhos escolares consultando a internet
- Aprendo mais com uma aula presencial do que com uma aula online
- Fico mais motivado a estudar com o uso de internet
- Já aprendi "coisas úteis para a vida ou para o trabalho" na internet, que eu não aprenderia na escola/faculdade
- A internet possibilita o acesso ao aprendizado escolar no ritmo, local e horário mais adequado às minhas necessidades
- A internet ajuda a aprendizagem com o auxílio de games e vídeos que facilitam o desenvolvimento do aluno
- O uso de internet e outras tecnologias de comunicação aumenta a troca de conhecimento entre os alunos
- No futuro, com a internet o professor passará a ser mais um orientador de estudos/tutor
- Utilizando a internet é possível ampliar conhecimentos da língua inglesa
- Na internet tem muita informação e sei selecionar o melhor conteúdo/o mais confiável
- A internet permite o preparo e a autoavaliação para provas e testes (ENEM, concurso público, vestibular)
- A internet ajuda as pessoas a terem acesso a conteúdos atualizados
- Vídeos do YouTube podem ser utilizados para auxiliar no aprendizado escolar

Itens novos

Item novo!
Contribuição do
PerguntAção

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

Mudança de 2013 para 2015:

- Troca do verbo de "melhorar" para "aumentar"
- Exclusão deste item "melhoram o relacionamento e a troca"



3- Ativismo

Pensando no uso da internet para a organização, envolvimento, divulgação de atividades de participação social, como por exemplo manifestações públicas, protestos, ações de voluntariado, doações etc.

P3. Você já se envolveu em alguma das seguintes atividades de participação social?

- Greve
- Manifestação pública/passeata/protesto /panelaço
- Abaixo-assinado/petições
- Debate sobre temas de interesse público (em instituições de ensino/partidos políticos/grupos políticos/organi-zações não governamentais)
- Voluntariado/ajuda no seu tempo livre
- Doação financeira
- Doação não financeira (roupas, alimentos, livros etc.)
- Crowdfunding, "Vaquinha Virtual" (doação financeira em que o valor só é entregue caso se atinja o valor definido)
- Participação em movimentos apartidários/não associados a partidos políticos
- Participação em partidos políticos
- Organização de eventos (sarau, feiras, shows etc.)
- Atividades, projetos colaborativos
- Mobilizações por causas específicas (política, defesa dos animais, defesa da cidade etc.)
- Compartilhamento de saberes (ensinar, dividir os meus conhecimentos)
- Outra forma (**especifique**)
- Nenhuma das alternativas

Itens novos

Mudança de 2013 para 2015:

- A pergunta, em 2013, era feita para cada um dos itens da pergunta anterior que a pessoa tivesse participado. Em 2015, a pessoa passou a responder de modo geral, pensando em todas de que tivesse participado.
- Os verbos passaram do passado para o gerúndio, dando ideia de ação contínua.

P4. De que forma você se envolveu nessa(s) atividade(s) de participação social?

Convidando para um evento/enviando mensagens para mobilizar pessoas

Curtindo/ compartilhando/"retwittando" algo nas redes sociais

Repassando o convite que recebi de outras pessoas

Fazendo comentários/dando informações

Postando vídeos/fotos que registrei

Registrando a minha opinião em sites, blogs, fanpages (Facebook) de protesto

Criando grupos/sites/eventos

Indo para as ruas

Compartilhando dados pessoais para uma causa (RG, CPF etc.)

Emprestando meu perfil nas redes sociais

Manifestando minha opinião publicamente

Vestindo uma camiseta

Organizando eventos

Participando de reunião para tomada de decisão

Outra forma (**especifique**)

Itens novos

P5a. Para você é mais fácil/mais provável se envolver em alguma forma de participação social que:

P5b. Para você é mais importante/mais efetivo se envolver em alguma forma de participação social que:

P5c. Para você é mais viável atingir um maior número de pessoas em alguma forma de participação social que:

Pergunta nova

	É mais fácil/ mais provável	É mais importan- te/mais efetivo	É capaz de atingir maior número de pessoas
Comece e termine presencialmente	1	1	1
Comece e termine pela internet	2	2	2
Comece presencialmente e termine pela internet	3	3	3
Comece pela internet e termine presencialmente	4	4	4

P6. Pensando nos últimos 2 anos, você acha que a internet influenciou de forma positiva, influenciou de forma negativa ou não influenciou em nada cada um dos itens?

Pergunta nova

	Influenciou de forma positiva	Influenciou de forma negativa	Não influenciou em nada	Não sei/não tenho certeza
A participação em debates	1	2	3	99
O foco dos debates	1	2	3	99
A variedade das causas	1	2	3	99
O amadurecimento dos debates	1	2	3	99
O agrupamento das causas	1	2	3	99
A agressividade	1	2	3	99
As informações sobre política	1	2	3	99
As opiniões radicais	1	2	3	99
As opiniões conciliadoras	1	2	3	99

P7. Agora gostaria que você respondesse as frases a seguir utilizando uma escala de 0 a 10, em que 0 significa que discorda totalmente e 10 significa que concorda totalmente.

A internet aumenta a participação das pessoas em questões sociais

A internet é a melhor ferramenta para manifestar a minha opinião

Antes de aceitar um convite feito pela internet para uma atividade de participação social eu verifico se a fonte é confiável

Procuro aprender sobre causas sociais, ambientais e políticas pela internet

A internet permite a melhor organização das pessoas para enfrentar problemas da sociedade

Aprovo quem participa de questões sociais e políticas apenas pela internet

A internet colabora com o aumento da visão crítica

A internet facilita o meu envolvimento em ações solidárias/doações de dinheiro, tempo, trabalhos e outros recursos para causas sociais

Prefiro não publicar minhas ideias sobre política na internet para não sofrer ameaças ou brigar com alguém

Item novo

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

Mudança de 2013 para 2015:

Em 2013, a resposta era "não aprovo/curto"; agora foi alterado para um sentido positivo.



4- Empreendedorismo

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

P8. Se pudesse escolher, você preferiria ser:

Um empregado/funcionário público ou de uma empresa	1
Ter um negócio próprio	2
Nenhum dos dois	3

P9a. Qual a probabilidade de você abrir um negócio próprio nos próximos 5 anos?

P9b. E nos próximos 10 anos? (RU)

Muito provável
Provável
Pouco provável
Nada provável
Não sei

Apenas se muito provável ou provável na P9a

Pergunta nova

P10. Por que é muito provável ou provável que você abra um negócio nos próximos 5 anos?

Para ampliar a minha renda individual	1
Para explorar minha criatividade	2
Para colocar em prática os meus sonhos	3
Não quero/gosto de trabalhar para os outros	4
O cenário econômico será favorável para abrir meu negócio	5
Seria mais fácil para conciliar minha vida pessoal/familiar	6
Terei conhecimento/habilidade para gerir um negócio	7
Terei recursos/condições financeiras	8
Para ajudar a construir um mundo melhor	9
Algum outro motivo (especifique)	(—)

Apenas se pouco ou nada provável na P9a

Pergunta nova

P11. Por que é pouco provável ou nada provável que você abra um negócio nos próximos 5 anos?

Falta de oportunidades de negócio	1
Falta de ideias para abrir meu negócio	2
Falta de recursos financeiros (dinheiro) para investir	3
Falta de conhecimento/habilidade para gerir um negócio/não estarei preparado/ preciso estudar mais	4
Dificuldades burocráticas/administrativas	5
Risco de falhar é muito alto/medo de frustração	6
Seria muito difícil conciliar com minha vida pessoal/familiar	7
O atual cenário econômico não é favorável para abrir meu negócio	8
Risco de falir, entrar em dívida, ser processado	9
Ainda serei muito jovem, não terei idade suficiente	10
Algum outro motivo (especifique)	(—)

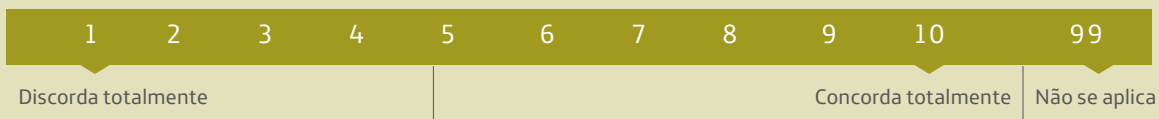
Pergunta nova!
Contribuição do
PerguntAção

P12. Você tem ou já teve algum dos seguintes negócios na internet?

	Sim	Não
Uma loja online de venda dos seus produtos e serviços	1	2
Uma empresa de anúncios de produtos e serviços na internet	1	2
Uma empresa que monetiza sites e/ou blogs	1	2
Desenvolvimento de aplicativos e/ou softwares	1	2
Criação e comercialização de conteúdos específicos (como cursos, áudios, vídeos, e-books, apostilas etc.)	1	2
Algum outro motivo (especifique)		

P13. Pensando no uso de tecnologia no desenvolvimento profissional, que inclui, por exemplo, novas oportunidades de negócios, formas de negócios com soluções inovadoras e possibilidade de retorno financeiro por meio do uso das ferramentas da internet.
Agora gostaria que você respondesse as frases a seguir utilizando uma escala de 0 a 10, em que 0 significa que discorda totalmente e 10 significa que concorda totalmente.

- É possível ganhar dinheiro trabalhando com as ferramentas da internet
- 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 pode acelerar o desenvolvimento de projetos
- 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



5 - 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.

Pergunta nova!
Contribuição do
PerguntAção

P14. Com que frequência você se conecta a internet por _____?

	Mais de uma vez ao dia	Todos ou quase todos os dias	Pelo menos uma vez por semana	Pelo menos uma vez por mês ou menos	Não utiliza
Wi-fi próprio (de casa)	5	4	3	2	1
Wi-fi em locais públicos (praça, ônibus, café etc)	5	4	3	2	1
Pacote de dados/smartphone 3G/4G	5	4	3	2	1
Modem 3G/4G	5	4	3	2	1
Conexão fixa/a cabo	5	4	3	2	1

Pergunta nova!
Contribuição do
PerguntAção

P15. Abaixo estão algumas atividades que podem ser feitas por meio de computador, tablet, *smartphone*, *smart tv*, videogame e presencialmente. Para cada atividade, diga se você a realiza estando conectado ou desconectado, considerando uma escala de 0 a 5 (sendo 5 sempre conectado, 1 sempre desconectado e 0 não realiza).

Ouvir música	Estudar
Consultar mapas ou procurar endereços	Manifestar suas ideias
Comunicar-se no dia a dia	Pesquisar
Utilizar serviços bancários	Ler textos, livros
Jogar	Conhecer pessoas
Informar-se	Namorar
Fazer cursos	Adquirir músicas, filmes, séries
Comprar	Vender
Assistir a filmes, séries e vídeos	Procurar emprego
Criar ou editar documentos de texto, planilhas, apresentações etc.	Armazenar arquivos (fotos, documentos etc.)



Pergunta nova!
Contribuição do
PerguntAção

P16. Das atividades abaixo, você me diria que:

	Sim	Não
Já programou sites	1	2
Já elaborou um aplicativo	1	2
Sabe modificar/criar um dispositivo, programa ou rede de computador	1	2

Pergunta nova!
Contribuição do
PerguntAção

P17. Agora gostaria de saber o quanto você se sente seguro com o uso da internet. 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.

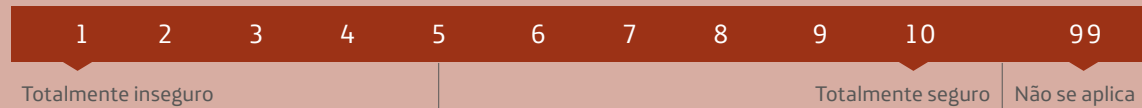
Baixar aplicativos gratuitos ou pagos de seu interesse e que considera úteis

Realizar transações bancárias pela internet

Fornecer dados pessoais para a compra de um produto ou serviço

Inscrever-se em concursos, provas, disponibilizar seu currículo online

Trocar informações pessoais com desconhecidos



P18. Agora gostaria que você respondesse as frases a seguir utilizando uma escala de 0 a 10, em que 0 significa que discorda totalmente e 10 significa que concorda totalmente.

O uso da internet contribui para aproximar as pessoas

As compras online facilitam a minha vida

O ambiente da internet inibe a prática de bullying (piadas, apelidos, ofensas, intimidação, discriminação etc.)

Devo ter cuidado em expressar minhas opiniões na internet, pois posso não ser bem visto

Já passei mais tempo na internet do que pretendia

A internet proporciona novas descobertas que tornam as nossas vidas mais práticas

O uso da internet estimula a produção de conteúdos de própria autoria

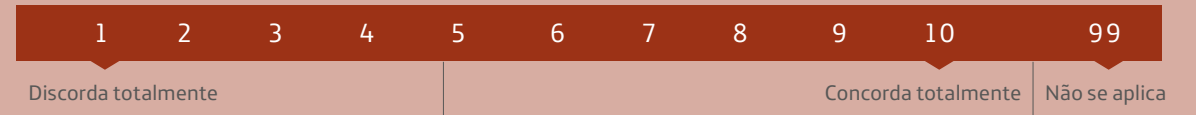
A internet facilita a escolha de produtos e serviços porque as pessoas compartilham suas avaliações

A internet permite que eu me relacione com pessoas com interesses semelhantes aos meus

O uso do WhatsApp reduz o uso das demais redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram etc.)

Itens novos!
Contribuição do
PerguntAção

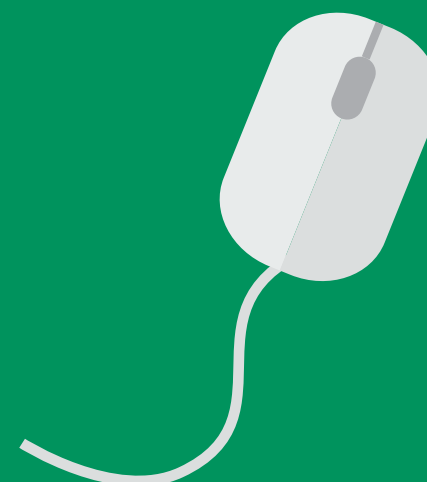
Itens novos



Mudança de 2013 para 2015:

Era, em 2013, "A internet facilita a prática de bullying", agora foi alterado para um sentido positivo.

「 Critério de conexão 」



A seguir são apresentadas as questões utilizadas como critério para definição do nível de conexão dos jovens participantes das diferentes etapas do Juventude Conectada. Este critério foi utilizado inicialmente na etapa de PerguntAção e posteriormente no questionário quantitativo aplicado.

As questões do critério de conexão estão apresentadas exatamente na sua forma de aplicação, de modo a permitir que, caso seja de interesse, sejam adotadas em outras pesquisas, até mesmo para testar tal critério em diferentes contextos.

Abaixo estão algumas atividades que podem ser feitas por meio de computador, tablet, smartphone, *smart tv*, videogame e presencialmente. Para cada atividade, diga se você a realiza estando conectado ou desconectado, considerando uma escala de 0 a 5 (sendo 5 sempre conectado, 1 sempre desconectado e 0 não realiza).

	Sempre conectado			Sempre desconectado			Não realiza
Ouvir música	5	4	3	2	1	0	
Consultar mapas ou procurar endereços	5	4	3	2	1	0	
Comunicar-se no dia a dia	5	4	3	2	1	0	
Utilizar serviços bancários	5	4	3	2	1	0	
Jogar	5	4	3	2	1	0	
Informar-se	5	4	3	2	1	0	
Fazer cursos	5	4	3	2	1	0	
Comprar	5	4	3	2	1	0	
Assistir a filmes, séries e vídeos	5	4	3	2	1	0	
Criar ou editar documentos de texto, planilhas, apresentações etc.	5	4	3	2	1	0	
Estudar	5	4	3	2	1	0	
Manifestar suas ideias	5	4	3	2	1	0	
Pesquisar	5	4	3	2	1	0	
Ler textos, livros	5	4	3	2	1	0	
Conhecer pessoas	5	4	3	2	1	0	
Namorar	5	4	3	2	1	0	
Adquirir músicas, filmes, séries	5	4	3	2	1	0	
Vender	5	4	3	2	1	0	
Procurar emprego	5	4	3	2	1	0	
Armazenar arquivos (fotos, documentos etc.)	5	4	3	2	1	0	

Para definir o nível de conexão, basta somar as notas atribuídas, sendo 100 a pontuação máxima.

Das atividades abaixo, você me diria que:

	Sim	Não
Já programou sites	10	0
Já elaborou um aplicativo	10	0
Sabe modificar/criar um dispositivo, programa ou rede de computador	10	0

Estes itens, que só podem ser realizados de forma conectada, são oferecidos como pontuações adicionais de conexão, permitindo uma pontuação máxima de 130 pontos no critério.

Desta forma, o corte de conexão seria:

