

Em 2014, a Fundação Telefônica Vivo comemora 15 anos de atuação no Brasil. Temos o orgulho de lançar a pesquisa *Juventude Conectada*, idealizada pela Fundação e realizada em parceria com o IBOPE Inteligência, com o Instituto Paulo Montenegro e com a Escola do Futuro – USP.

A pesquisa tem como objetivo entender oportunidades, transformações e tendências do comportamento jovem na era digital, a partir de quatro eixos de investigação: educação, ativismo, empreendedorismo e comportamento.

Utilizamos um conjunto diverso de metodologias, em que mesclamos etapas quantitativas e qualitativas. Esperamos que a disseminação desta pesquisa provoque e inspire novas discussões e questionamentos sobre a nossa sociedade, e a transformação do mundo real por meio dos jovens e do digital.

Conheça outros estudos e pesquisas da Fundação Telefônica Vivo. Acesse e baixe, gratuitamente: <http://fundacaotelefonica.org.br/conteudos/publicacoes/>

Fundação Telefônica

Juventude conectada

Telefônica

vivo

Telefônica | vivo

Juventude conectada

Fundação Telefônica



IBOPE
inteligência

INSTITUTO
Paulo Montenegro
AÇÃO SOCIAL DO IBOPE

ESCOLA
DO FUTURO
UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

USP

Idealização e Coordenação

FUNDAÇÃO TELEFÔNICA VIVO

Gabriella Bighetti – Diretora Presidente Fundação Telefônica Vivo

Rosilene de Bem Silva – Gerente de Comunicação e Eventos Fundação Telefônica

Anna Paula Pereira Nogueira – Analista Sênior de Comunicação e Eventos Fundação Telefônica

Marcia Pinheiro Ohlson – Consultora de Comunicação e Eventos

Realização (Aplicação da Pesquisa e Resultados)

IBOPE INTELIGÊNCIA

Silvia Cervellini – Diretora Executiva de Negócios

Fernanda Aguiar – Coordenadora de Atendimento de Planejamento

Diego Arbulu – Analista de Atendimento de Planejamento

Flávia Toledo – Coordenadora de Pesquisa Qualitativa

Fábio Keinert – Consultor Pesquisa Qualitativa

Camila Carrico – Especialista E-Meter

Realização (Aplicação da Pesquisa e Resultados)

INSTITUTO PAULO MONTENEGRO

Ana Lúcia Lima – Diretora Executiva

Fabiana de Freitas Nascimento – Assessora de Projetos

Realização (Análise dos resultados e Texto Final)

ESCOLA DO FUTURO USP

Brasilina Passarelli, profa. Titular do Centro de Biblioteconomia e Documentação ECA/USP – Coordenadora Científica do Projeto.

Prof. Dr. Antônio Hélio Junqueira – Coordenador Acadêmico do Projeto,

Prof. Dr. Francisco Paletta – Pesquisador

Marcia da Silva Peetz – Economista

Samantha Kutscka – Gestão de Projetos

David De Cunto – Relações Institucionais

Publicação

PROVA3 AGÊNCIA DE CONTEÚDO

Coordenação editorial – Lorena Vicini

Edição – Camila Hessel

Projeto gráfico – Júlia Masagão

Direção de Arte – Ana Paula Mathias

Assistência de Arte – Adriana Cesar

CIP-BRASIL. CATALOGAÇÃO NA FONTE

J98

Juventude conectada / organização Fundação Telefônica. –

São Paulo: Fundação Telefônica, 2014.

200 p.: graf., tab.; 22 cm

Bibliografia

ISBN 978-85-60195-35-0

1. Jovens - Educação. 2. Internet na educação. I. Fundação

Telefônica.

CDD: 370.8

Catálogo elaborado por Antonia Pereira CRB-8/4905

Telefônica | vivo

Juventude conectada

Fundação Telefônica

IBOPE
inteligência

 **INSTITUTO
Paulo Montenegro**
AÇÃO SOCIAL DO IBOPE

**ESCOLA
DO
FUTURO**
UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

USP

<u>1</u> <u>DO ANALÓGICO AO DIGITAL:</u> #TUDOJUNTOEMISTURADO	08	<u>6</u> <u>OS PERFIS DE NAVEGAÇÃO DA JUVENTUDE CONECTADA:</u> #JUVENTUDE CONECTADA	162
<u>2</u> <u>METODOLOGIA DA PESQUISA:</u> #JUVENTUDECONECTADA	20	<u>7</u> <u>CONSTATAÇÕES, TENDÊNCIAS E PROSPECÇÕES:</u> #OQUEDIZAPESQUISA	194
<u>3</u> <u>PRINCIPAIS ACHADOS:</u> #OQUEOSJOVENS CONECTADOS FAZEM	36	<u>8</u> <u>REFERÊNCIAS</u>	220
<u>4</u> <u>VETORES DA PESQUISA:</u> #ODNADAJUVENTUDECONECTADA	60	<u>9</u> <u>O QUESTIONÁRIO UTILIZADO</u>	228
<u>5</u> <u>OS EIXOS DA PESQUISA:</u> #FOCOSPRIORITÁRIOSDAPESQUISA	82		

PREFÁCIO

Em 2014, a Fundação Telefônica Vivo comemora 15 anos de atuação, mobilização e inspiração. Sendo o braço social do Grupo Telefônica, atuamos como uma Fundação Digital, fazendo da tecnologia e da inovação importantes aliadas na busca por novas respostas para os desafios do mundo contemporâneo. Nossas iniciativas estão ligadas à Educação e Aprendizagem, Combate ao Trabalho Infantil, Inovação Social e Voluntariado.

Acreditamos no poder transformador do conhecimento e, por isso, investimos em estudos e pesquisas que promovam reflexões, apontem tendências sobre o nosso tempo e inspirem pessoas e instituições em suas iniciativas. Neste contexto, temos orgulho de lançar a pesquisa *Juventude Conectada*, idealizada pela Fundação Telefônica Vivo e realizada em parceria com o IBOPE Inteligência, com o Instituto Paulo Montenegro e com a Escola do Futuro – USP.

Iniciada em maio de 2013, a pesquisa tem como objetivo entender o comportamento do jovem na era digital e as transformações e oportunidades geradas a partir daí. Foram selecionados quatro eixos de investigação: educação, ativismo, empreendedorismo e comportamento.

Entrevistamos 1.440 jovens, realizamos 6 grupos de discussão em profundidade, fizemos o monitoramento de navegação de 10 jovens, além de entrevistas com 8 especialistas, captando reflexões e tendências. O rigor da pesquisa permite que os dados sejam aprofundados em cada eixo, levando em conta as diferenças regionais, de capital e interior, classe social e gênero.

Conheça mais sobre o comportamento, pensamentos e desejos da juventude conectada brasileira. Esperamos que a disseminação desta pesquisa provoque e inspire novas discussões e questionamentos sobre a nossa sociedade. Queremos instigar a transformação do mundo real por meio dos jovens e do digital.

Boa leitura,



Gabriella Bighetti

Presidente da Fundação Telefônica Vivo

1

DO ANALÓGICO AO DIGITAL:
#TUDOJUNTOEMISTURADO

DO ANALÓGICO AO DIGITAL

#TUDOJUNTOEMISTURADO

A revolução da internet espalha-se por todos os domínios da atividade humana desde meados da década de 90 do século passado. Relativamente pouco tempo se comparado à profundidade e extensão das mudanças e consequentes desafios que vieram a reboque do surgimento da mesma. Para citar algumas, pode-se começar com a **globalização dos mercados inaugurando uma nova economia que se expande buscando países emergentes e suas populações, às vezes recém incluídas socialmente e estimuladas a consumir bens e produtos**. Também merecem destaque **a horizontalização das relações de poder, o imediatismo das ações dos atores conectados, a impermanência de conteúdos e saberes, a diluição do espaço físico e a consequente relativização das fronteiras geográficas, a instauração da narrativa não-linear e multimídica** em contraposição à tradicional escrita linear. A internet inaugura também novas formas de ensinar e aprender desencadeando com isso a redefinição dos tradicionais papéis de professores e alunos, a possibilidade de múltiplas identidades e a reciprocidade das ações nos ambientes virtuais em rede.

[...] a reboque da sociedade contemporânea em rede, emergem novas lógicas, novas semânticas, novas literacias, novos modelos de negócios e novas práticas que ultrapassam as dualidades emissor receptor da comunicação de massa do século passado, relocando a atenção dos teóricos da comunicação, das instituições de ensino e pesquisa e das empresas da chamada “nova economia” para a reciprocidade das ações comunicacionais onde os usuários da modernidade agora, na contemporaneidade, são denominados prosumers (produtor + consumidor) com a consequente redefinição dos papéis destes atores em rede. (PASSARELLI; JUNQUEIRA, 2012, p. 14).

O modelo aberto da internet contribuiu para a consolidação de um novo tipo de agente social, imerso nas redes sociais emergentes, que é ao mesmo tempo consumidor e produtor de informação e conhecimento. Este novo conceito, já hoje amplamente utilizado em estudos das interações comunicativas em ambientes virtuais, foi antecipado por Marshall McLuhan e Barrington Nevitt, em 1972, a partir da convicção de que a tecnologia eletrônica viria permitir ao usuário dos sistemas de comunicação assumir simultaneamente as ações de produtor e de consumidor de conteúdos.

A web 2.0 contribuiu para ampliar as possibilidades de participação dos atores conectados no desenvolvimento e circulação de conteúdos, embora seja necessário enfatizar que **vivenciamos, todos, uma transição conturbada dos padrões da sociedade moderna para a pós-moderna, ancorada no hibridismo das mídias de massa modernas (TV**

aberta e jornais impressos diários entre outros) com as novas mídias (internet e redes sociais). As redes sociais, em especial, propiciaram o surgimento de novos contornos para o ativismo e o empreendedorismo principalmente entre as populações jovens.

Vinte e quatro anos separam a introdução da internet no Brasil – iniciada em janeiro de 1991 através da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), então restrita ao ambiente acadêmico e que, a partir de 1994, passa a ser ofertada no País de forma comercial – do surgimento do Núcleo das Novas Tecnologias de Comunicação Aplicadas à Educação Escola do Futuro – USP, integrado por pesquisadores de diferentes origens movidos pelo interesse comum nas transformações que as tecnologias de informação e comunicação aportariam ao ensinar e aprender, tanto no contexto da educação formal como na educação aberta para a vida.

Para Brasilina Passarelli (2010, p.72), coordenadora científica do NAP EF/USP desde 2007, na perspectiva sócio-histórica das duas últimas décadas, distinguem-se **duas “ondas” na sociedade em rede: uma primeira, cujo núcleo central é definido pelas preocupações, políticas e programas de inclusão digital, e a segunda, que se concentra nas diferentes formas de apropriação e de produção de conhecimento na web** constituindo um novo conjunto de competências e habilidades (também denominadas literacias digitais ou media and information literacy pela UNESCO).

A PESQUISA #JUVENTUDECONNECTADA

Neste contexto, insere-se e justifica-se a presente pesquisa, intitulada *Juventude Conectada*, idealizada e coordenada pela **Fundação Telefônica Vivo** e realizada em parceria com o **IBOPE, o Instituto Paulo Montenegro e o Núcleo das Novas Tecnologias da Comunicação Aplicadas à Educação Escola do Futuro-USP**. Esta pesquisa é complexa e inovadora em múltiplas dimensões que merecem destaque. É complexa pela dificuldade do cruzamento de dados quantitativos extensivos – survey com 1.440 respondentes – com análise de conteúdo de entrevistas em profundidade e focus groups. Desta forma, neste livro encontram-se contemplados somente os principais resultados.

As vertentes estruturantes contemplaram classe socioeconômica, gênero, faixa etária, ocupação, nível de escolaridade, infraestrutura regional, urbanidade e metropolização. Quatro eram os focos de análise privilegiados nesta pesquisa e assim **as questões foram estruturadas para contemplar: #comportamento, #educação e aprendizagem, #ativismo e #empreendedorismo**. Como inovação, utilizamos um software de monitoramento de navegação de 10 entrevistados denominado E-meter. **Também de caráter inovador foi a metodologia de caracterização do perfil de navegação dos jovens pesquisados em três grupos por nós denominados: Exploradores Iniciantes, Exploradores Intermediários e Exploradores Avançados.**

Todos os esforços desta pesquisa convergem para que melhor conheçamos os usos e comportamentos da juventude brasileira conectada, visando desvendar tendências e padrões. Estes resultados interessam tanto aos jovens, como aos seus familiares, à sociedade civil e ao Estado: a todos compete a formação dos jovens brasileiros, que busca ser sujeito e protagonista de seu futuro e estar apto a enfrentar os crescentes desafios impostos por uma sociedade globalizada em rede e imersa na tecnologia digital.

A CENTRALIDADE DA TECNOLOGIA NO SÉCULO XXI

No mundo contemporâneo, **a tecnologia constitui-se no novo totem, ocupando agora o lugar central, criando novos parâmetros definidores do próprio ser humano.** Essa é, em grande síntese, a ideia articulada pelo sociólogo Derrick de Kerckhove na sua teoria do “tecnototemismo”. Para ele, na transposição para a sociedade tecnológica dos dias de hoje, o conceito do totemismo se traduz em um **continuum entre a mente humana e a máquina, cujo resultado é uma profunda e decisiva alteração nas formas como se constituem e se constroem as novas identidades, sociabilidades e sensibilidades dos indivíduos na atualidade.**

Self e redes digitais se interpenetram e se criam em relações de mútua interdependência; máquinas e tecnologias tornam-se extensões do corpo; identidades eletrônicas e avatares circulam no ciberespaço constituindo novas formas de habitar e de existir no mundo e a internet torna-se via estruturante da produção, circulação e compartilhamento das expressões, emoções e da própria ação social.

O conceito de “tecnototemismo” é estruturante para acomodar as inovações da tecnologia da informação já em testes atualmente e as que estão sendo concebidas para um futuro próximo – e assim reconhecidas como tendências. Podemos elencar o estudo de vanguarda desenvolvido pela Fundação Telefônica Espanha em 2011 intitulado *Smart Cities: un primer paso hacia la internet de las cosas* que desbravava os cenários das cidades inteligentes como um dos principais acontecimentos da sociedade digital conectada do século XXI.

A aposta nas cidades inteligentes baseia-se na gestão eficiente de infraestrutura e serviços urbanos, na democratização do acesso dos cidadãos às informações e na melhoria das condições para tomada de decisões, tanto no âmbito privado como público. Além disso, a própria plataforma das cidades inteligentes favorece a incubação de novos negócios e ideias.

O relatório *Smart Cities* abarca os serviços de uma cidade inteligente, como mobilidade urbana; eficiência energética e meio ambiente; gestão de infraestrutura e edifícios públicos; governo e cidadania; segurança pública; saúde; educação, capital humano e cultura e e-commerce. Num segundo momento, o relatório apresenta as tecnologias que sustentam as cidades inteligentes apontando para a **emergência do Big Data: tecnologias para coleta de dados, transmissão de dados, armazenagem e análise de dados. Essas tecnologias constituem o novo ecossistema das cidades inteligentes e apontam para a necessidade de novos olhares e novas soluções para o contemporâneo conectado.**

A cidade mais inteligente inspira informações em sua infraestrutura física para melhorar as conveniências, facilitar a mobilidade, aumentar a eficiência, economizar energia, melhorar a qualidade do ar e da água, identificar problemas e corrigi-los rapidamente, recuperar rapidamente de desastres, recolher dados para tomar melhores decisões e implantar recursos de forma eficaz, e compartilhar dados para permitir a colaboração entre entidades e domínios. Essas operações serão instrumentadas e guiadas por métricas de desempenho, com interconexões entre os mais variados setores da sociedade organizada.

Mas infundir inteligência em cada subsistema de uma cidade, um por um – transportes, energia, educação, cuidados de saúde, edifícios, infraestrutura física, alimentação, água, segurança pública, entre outros –, não é suficiente para tornar uma cidade mais inteligente. A cidade mais inteligente deve ser vista como um todo orgânico, como uma rede, como um sistema ligado. Em uma cidade inteligente, atenção é dada às conexões e não apenas às partes.

Melhoria cívica decorre de melhora entre as interfaces e integrações. E isso significa que uma cidade inteligente entende que os conectores mais importantes entre os vários subsistemas são as pessoas transformando-a, a partir de um conjunto de elementos de infraestrutura mecanicista em um conjunto de comunidades humanas vibrantes e interligadas.

Há uma demanda por soluções sistêmicas, habilitadas pela tecnologia, a construir cidades mais inteligentes que possam reduzir os custos financeiros e humanos/sociais, aumentando a qualidade de vida das pessoas. Mas, **enquanto a tecnologia pode atuar como vetor deste processo, não é possível resolver as demandas sem uma visão e compromisso para novas formas de trabalhar em conjunto nas comunidades.** É preciso desenvolver novas capacidades e modelos de soluções integradas, interconectadas e inteligentes envolvendo agentes públicos, empresas do setor produtivo, empreendedores sociais e líderes comunitários.

As inovações em tecnologia da informação – data warehousing, data mining, automatic language translation, voice recognition, cloud computing, network, interconnectivity – entre tantas outras, atuam de forma incisiva no fornecimento de dados para orientar a tomada de decisão que permite melhorar a qualidade de vida das pessoas, economia de energia, melhor uso do tempo, uso sustentável dos recursos naturais, preservar o meio ambiente e potencializar os serviços oferecidos aos cidadãos.

A INTERNET DO FUTURO OU A INTERNET DAS COISAS: #TUDOSEMPRECONECTADO

A internet tem causado importantes mudanças na vida contemporânea, movendo as interações entre pessoas para o mundo virtual em diferentes contextos passando por vida profissional e relações sociais. **A emergência da IoT – Internet of Things – tem o potencial de adicionar uma nova dimensão a este processo através da comunicação e conexão de e entre objetos inteligentes, criando o conceito de “anytime, anywhere, anymedia, anything”.**

Assim a IoT deve ser considerada como parte da internet do futuro, que deve ser profundamente diferente da que usamos atualmente. A plataforma da internet atual está construída em torno da comunicação host-to-host (servidor a servidor) e constitui um limitador para a expansão da mesma. **Atualmente, a internet é usada majoritariamente para publicar e recuperar informações e, desta forma, a informação deve constituir o foco das comunicações.** Desde 1994, vem sendo estudado um **novo paradigma denominado data-centric networks (redes centradas nas informações).**

Alimentada por uma variedade de dispositivos conectados e tecnologias como a RFID tags, a IoT representa a próxima revolução tecnológica **transformando a internet num sistema totalmente integrado.**

A linha do tempo da Web nos permite transitar da www (com páginas estáticas) passando pela web 2.0 (com ênfase nas redes sociais) desembarcando na web 3.0 (integração de dispositivos na web). Assim a IoT desencadeia, também, a necessidade de grandes volumes de dados em processamento – os Big Data. O conceito de ampliar as conexões humanas se desenvolveu ao longo de séculos, até o Homem ser capaz de, através de pequenos dispositivos portáteis, se comunicar com outras pessoas, receber mensagens e entreter-se com fotos, música, vídeos, e games. Porém, este estágio de evolução tecnológica atingiu outro nível de maturidade e agora é possível pensar em interação através dos mais diversos equipamentos e objetos. **Nem mais o céu é o limite. Apenas a capacidade de conexão, energia disponível e o potencial de análise de dados.**

A internet das coisas é um novo conceito, que coloca as pessoas conectadas com tudo, com todos e em qualquer lugar.

Cozinhas emitindo ordem de compra aos supermercados, máquinas de lavar roupa sendo ligadas automaticamente quando a demanda de energia na rede é menor, carros chamando emergência quando ocorre um acidente, sensores monitorando e comunicando sinais importantes de saúde – toda essa Inovação e muito mais pode ser parte da Internet das Coisas que irão permitir que nossas casas, nossas cidades e nossas vidas se tornem mais inteligentes.

Podemos explicar a Internet das Coisas de várias maneiras, porém ela é mais comumente descrita como um **ecossistema de tecnologias que monitora o estado de objetos físicos, capturando dados significativos, e comunica essa informação através de redes IP (Internet Protocol) para softwares e aplicações**. Os temas recorrentes em todas as definições da Internet das Coisas incluem objetos inteligentes, comunicação máquina a máquina, tecnologias de RF, e um hub central de informações.

A IoT pode então ser definida como uma conexão em rede de pessoas, processos, dados e coisas compartilhando e utilizando novas informações e permitindo obter benefícios econômicos para as empresas, melhores formas de educar e cuidar das pessoas e melhor qualidade de vida. Entretanto, **não se deve menosprezar os impactos que estas inovações devem aportar ao modo de vida atual, aumentando o grau de desconforto dos imigrantes digitais frente à necessidade de aprender a se relacionar com “equipamentos inteligentes” que, até recentemente eram, simplesmente, uma geladeira, uma televisão e um relógio e não necessitavam de grandes processos para serem operados**. Por outro lado para **os nativos digitais e, portanto, foco da presente investigação, será uma extensão natural dos controles que já exercem nos games, nas smartTVs, nos smartphones e tablets**. O admirável mundo novo nunca foi tão novo nem tão desafiador.

VISÕES DE PESQUISADORES SOBRE A IOT

Na esteira de obras como *Who Owns the Future?* e *The Second Machine Age*, um pesquisador e designer de produtos do MIT Media Lab, David Rose, imagina como objetos do dia a dia, desde que conectados e integrados à web, podem transformar nossas vidas. A IoT representa um desenvolvimento transformador. Em breve, tecnologias conectadas estarão inclusas em objetos do nosso dia a dia como carros, carteiras, relógios, guarda-chuvas e mesmo latas de lixo, para citar algumas. Esses objetos conectados nos indicarão respostas a necessidades e poderão até desenvolver certa “inteligência” para aprender as respostas e, no futuro, antecipar nossas necessidades. O autor chama estes objetos conectados de “objetos encantados” e prevê mudanças substanciais em nossas vidas futuras com o advento massivo dos mesmos.

Muitos acreditam que o futuro trará mais do mesmo: mais smartphones, tablets e telas inseridas em qualquer superfície. David Rose pensa diferente e afirma que a IoT é uma tecnologia que atomiza, combinando-se com objetos, que pode transformar a ecologia dos ambientes até agora conhecidos propiciando novos patamares nas relações interpessoais, na percepção do ser e sua conexão com o ecossistema no qual se insere, na longevidade e nos processos criativos.

A abundância de dados gerada pelos objetos conectados na IoT necessita de grande poder de processamento de dados e enfatiza o **desenvolvimento exponencial da chamada Big Data – composta em parte por dados estruturados, corretos, checados mas o maior desafio neste contexto é representado pelo tratamento dos dados não-estruturados**. No DNA do Big Data encontra-se o desenvolvimento constante do algoritmo. Estes cálculos evoluídos **permitirão que decisões sejam tomadas com base no conhecimento de quase 100% do todo, e não como historicamente tem acontecido, com base no conhecimento parcial: estatístico, quantitativo ou qualitativo dos fenômenos a serem estudados**. Para muitos pesquisadores o Big Data será tão revolucionário para a humanidade como a descoberta do fogo ou o início da agricultura, e seus impactos são ainda incalculáveis.

Diversas transições tecnológicas se juntam para tornar possível a IoT. Mobilidade, customização de TI, o surgimento da computação em nuvem, e a crescente importância do Big Data. A infraestrutura tecnológica é essencial, mas a aplicação efetiva da tecnologia é que irá consolidar o sucesso da IoT.

Os desafios da IoT são tão motivadores quanto as questões que ainda precisam ser endereçadas tais como garantir que “as coisas” tenham um endereço IP, e que, desta forma, possam ser rastreadas e se conectar. A matriz energética é outro componente que precisa ser equacionado para garantir que tantos dispositivos estejam operando conectados simultaneamente. É fundamental que a malha de infraestrutura e suporte esteja preparada para receber o volume de dados exponencialmente superior que virá com a IoT. **Teremos que saber lidar com questões de segurança e privacidade, relacionamento e ética que irão reger este novo modelo de fluxo da informação.**

A INTERNET DAS COISAS

Por Pablo Larrieux, Diretor de Inovação da Telefônica Vivo

A Telefônica Vivo acredita que a próxima onda de crescimento no mundo das telecomunicações já está delineada e será originada pela conectividade de coisas, objetos e sensores, que darão nova vida e funções aos elementos cotidianos que conhecemos hoje. Estima-se que existirão 50 bilhões de dispositivos conectados até 2020 (sejam geladeiras, computadores, carros, roupas ou acessórios). Este avanço é a chamada Internet das Coisas, ou, do inglês, Internet of Things (IoT).

Com o objetivo de oferecer à sociedade cada vez mais serviços alinhados à essa tendência global, reunimos parceiros tecnológicos em um grande esforço colaborativo em torno do desenvolvimento de soluções inovadoras, que permitem oferecer conectividade e inteligência, em tempo real, a objetos e coisas até então isolados e sem conexão com a web.

Além da reunião de grandes players do mercado, existe um trabalho ativo de desenvolvimento de ecossistema que envolve a parceria com universidades, comunidade de desenvolvedores, empreendedores e startups, visando à criação de novas soluções em cadeias integradas, oferecendo desde o chip M2M (de conexão Máquina a Máquina) até o processamento e armazenamento em nuvem.

A infraestrutura de telecomunicações é o coração da Internet das Coisas e a Telefônica Vivo trabalha para pavimentar os caminhos entre a nova tendência mundial e seus clientes, buscando criar novas propostas de valor para as pessoas, governos e empresas.

A Internet das Coisas tem um papel estratégico nas telecomunicações, pois traz oportunidades para o setor e gera inovação para a sociedade. Acreditamos na tendência de termos, a cada dia, mais interações homem x máquina, algo que a juventude nascida na atual era digital irá vivenciar com muita intensidade.

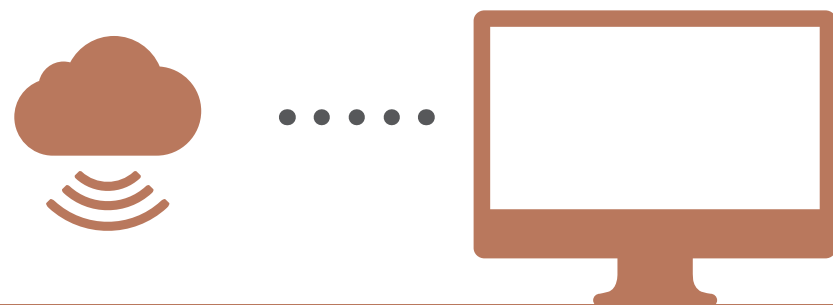
2

METODOLOGIA DA PESQUISA:

#JUVENTUDECONNECTADA

OBJETIVO

Entender o comportamento do jovem na era digital e as transformações e oportunidades geradas a partir da conexão.



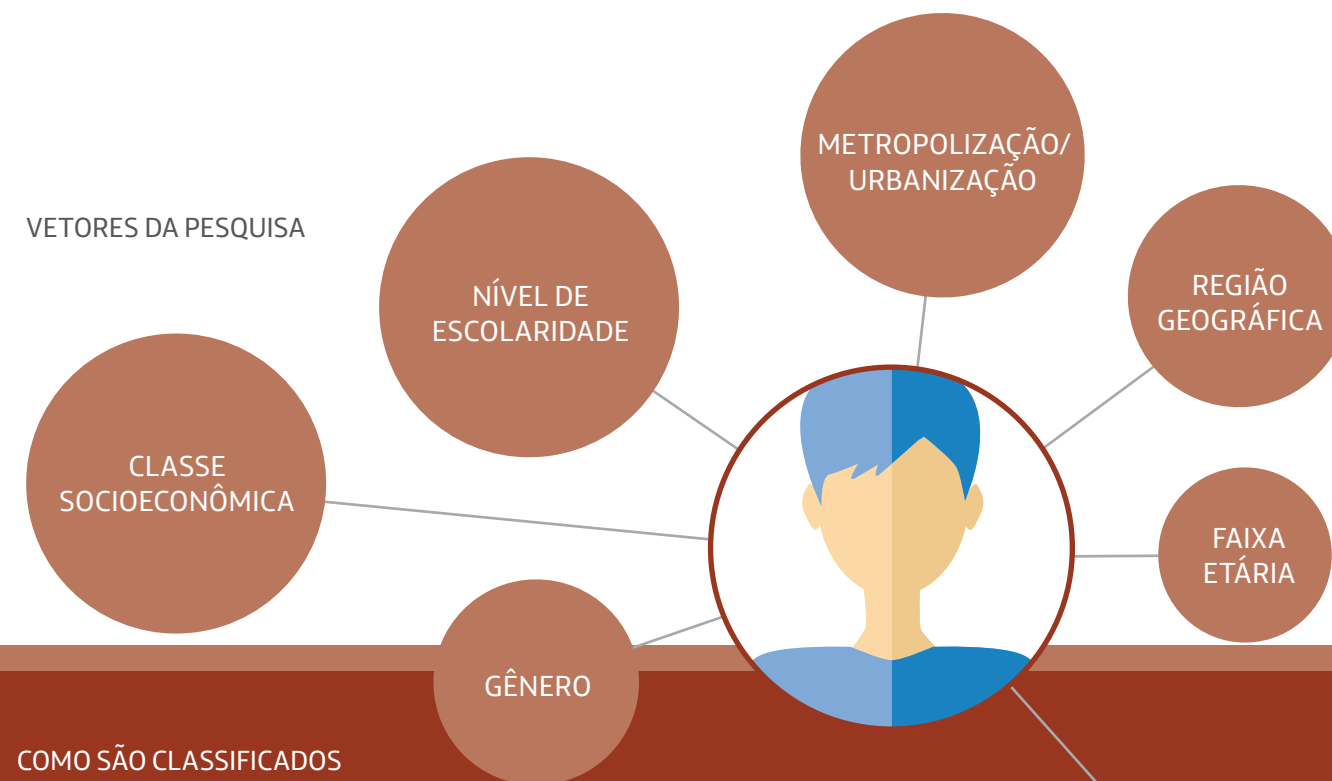
QUEM SÃO ELES

1.440

brasileiros de 16 a 24 anos,
das cinco regiões do País.



VETORES DA PESQUISA



COMO SÃO CLASSIFICADOS

- Exploradores iniciantes
- Exploradores intermediários
- Exploradores avançados

PILARES DA PESQUISA:



Para mapear comportamentos e opiniões, e desvendar os usos feitos pela juventude de nativos digitais, o estudo combinou metodologias qualitativas a alta amostragem do metodologias quantitativas, subdividindo-se nas etapas detalhadas a seguir:

ETAPA QUANTITATIVA



ENTREVISTAS PESSOAIS

1.440 jovens de todo o Brasil



AMOSTRA

DIMENSIONADA A PARTIR DA ANÁLISE DOS DADOS DE:

- PNAD – DPP urbano 2011 (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios, do IBOPE)
- Pyxis Consumo 2013 (Reúne informações de consumo jovem de fontes como o Censo Demográfico Brasileiro de 2010, a Pesquisa de Orçamento Familiar e o banco de dados do Levantamento Socioeconômico do IBOPE)

OBEDECE AOS SEGUINTE CRITÉRIOS DE CORTE:

- Jovens alfabetizados
- 16 a 24 anos, divididos em dois grupos de faixa etária: 16-17 anos / 18-24 anos
- Classe social ABCD
- Acessam a internet com frequência semanal

ETAPA QUALITATIVA



FOCUS GROUPS

- ✓ 6 grupos de discussão
- ✓ 2 grupos presenciais em São Paulo
- ✓ 1 grupo online em São Paulo
- ✓ 1 grupo presencial no Rio de Janeiro
- ✓ 2 grupos online no Rio de Janeiro



E-METER

- Monitoramento de uso da internet por 10 jovens



MINI-ENTREVISTAS ONLINE

- Com os participantes do monitoramento via e-meter



PAINEL COM ESPECIALISTAS

- 8 entrevistas presenciais em profundidade

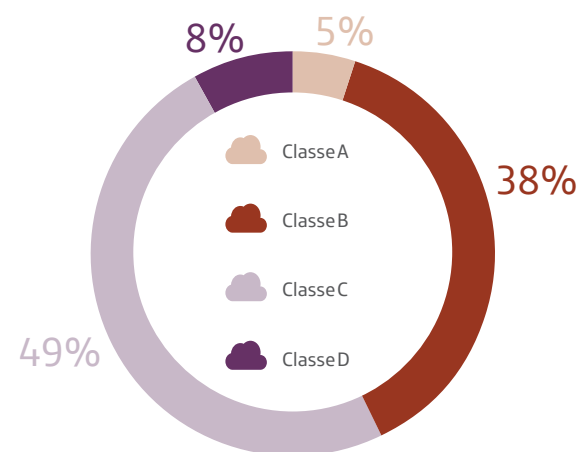


ETAPA QUANTITATIVA

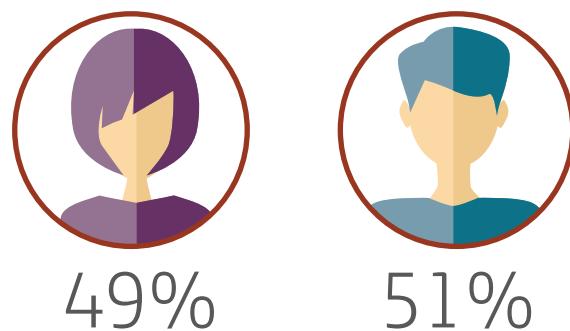
O NÚMERO DE ENTREVISTADOS POR REGIÃO

Amostra ponderada distribuída pelas cinco regiões do País. Foi dividida em cotas proporcionais entre as capitais dos estados, incluindo suas regiões metropolitanas e as cidades de grande porte do interior.

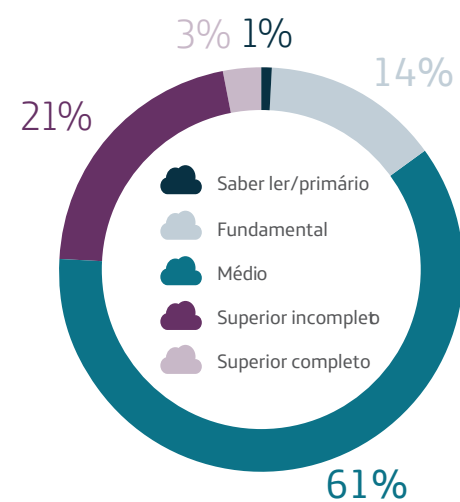
CLASSE SOCIOECONÔMICA



GÊNERO



NÍVEL EDUCACIONAL



DISTRIBUIÇÃO ENTRE CAPITAL E INTERIOR

Região		Proporcional por Capital e Interior	Erro
Norte	Capital	130	9
	Interior	70	12
Nordeste	Capital	110	9
	Interior	85	11
Sudeste	Capital	335	5
	Interior	310	6
Sul	Capital	70	12
	Interior	130	9
Centro-Oeste	Capital	110	9
	Interior	90	10
Total	Capital	755	4
	Interior	685	4

200

ENTREVISTADOS

NORTE

195

ENTREVISTADOS

NORDESTE

200

ENTREVISTADOS

CENTRO-OESTE

645

ENTREVISTADOS

SUDESTE

200

ENTREVISTADOS

SUL

TOTAL DE ENTREVISTADOS

1.440

As entrevistas foram realizadas entre os dias 16 de setembro e 16 de outubro de 2013, em pontos de grande fluxo de pessoas

ETAPA QUALITATIVA

FOCUS GROUPS

Partindo da premissa de que um grupo social reproduz as relações e papéis desempenhados por seus participantes individualmente, foram organizadas discussões em grupo (focus groups) – presenciais e online. Conduzidas por um moderador a partir de um roteiro previamente traçado pelos realizadores, as discussões tinham como objetivo ir além da projeção estatística dos resultados, (fornecida pela etapa quantitativa), e identificar traços culturais e conteúdo social. A fim de abranger os segmentos mais relevantes do público pesquisado, os focus groups foram compostos por entre 7 e 9 participantes, selecionados de modo a privilegiar a diversidade.

GRUPO	PRAÇA	IDADE	CLASSE	TIPO
1	SP	16 a 19 anos	CD	Presencial
2	SP	20 a 24 anos	CD	Presencial
3	RJ	16 a 19 anos	CD	Presencial
4	SP	20 a 24 anos	AB	Online
5	RJ	16 a 19 anos	AB	Online
6	RJ	20 a 24 anos	AB	Online

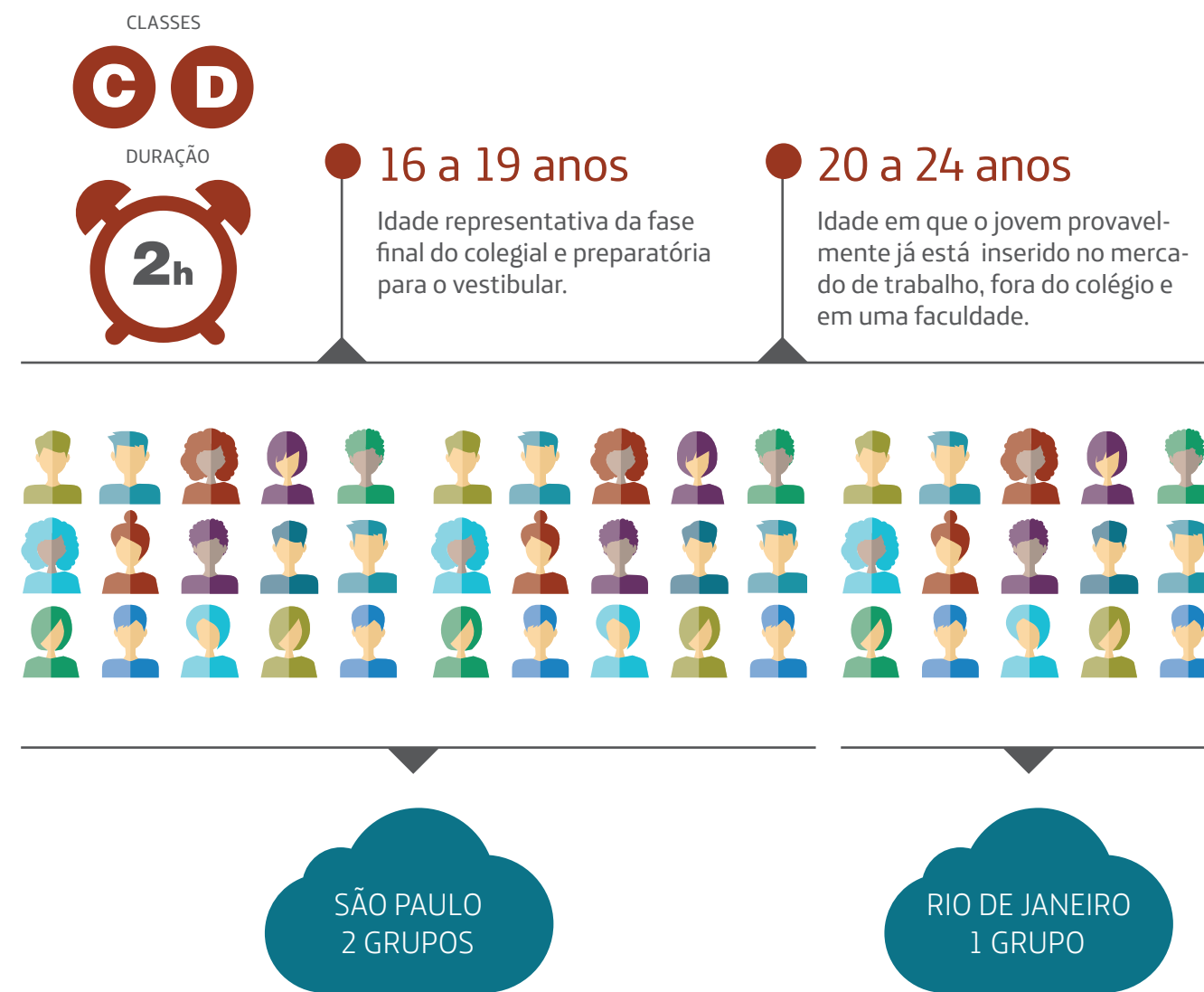
6
GRUPOS

=



DISCUSSÕES PRESENCIAIS

Realizaram-se três grupos presenciais – dois em São Paulo e um no Rio de Janeiro – com jovens das classes C e D, divididos em duas faixas etárias: de 16 a 19 anos (idade representativa da fase final do colegial e preparatória para o vestibular) e de 20 a 24 anos (período em que o jovem provavelmente está inserido no mercado de trabalho, matriculado em alguma instituição de ensino superior). Recrutados pelo IBOPE Inteligência, que conta com uma diretoria especial para projetos qualitativos, a amostra contemplava um mix de homens e mulheres e de repertório de uso da internet (que considerava se o jovem usa ou já usou a internet para empreendedorismo, ativismo, educação e aprendizagem e para o dia a dia em entretenimento, redes sociais etc.).

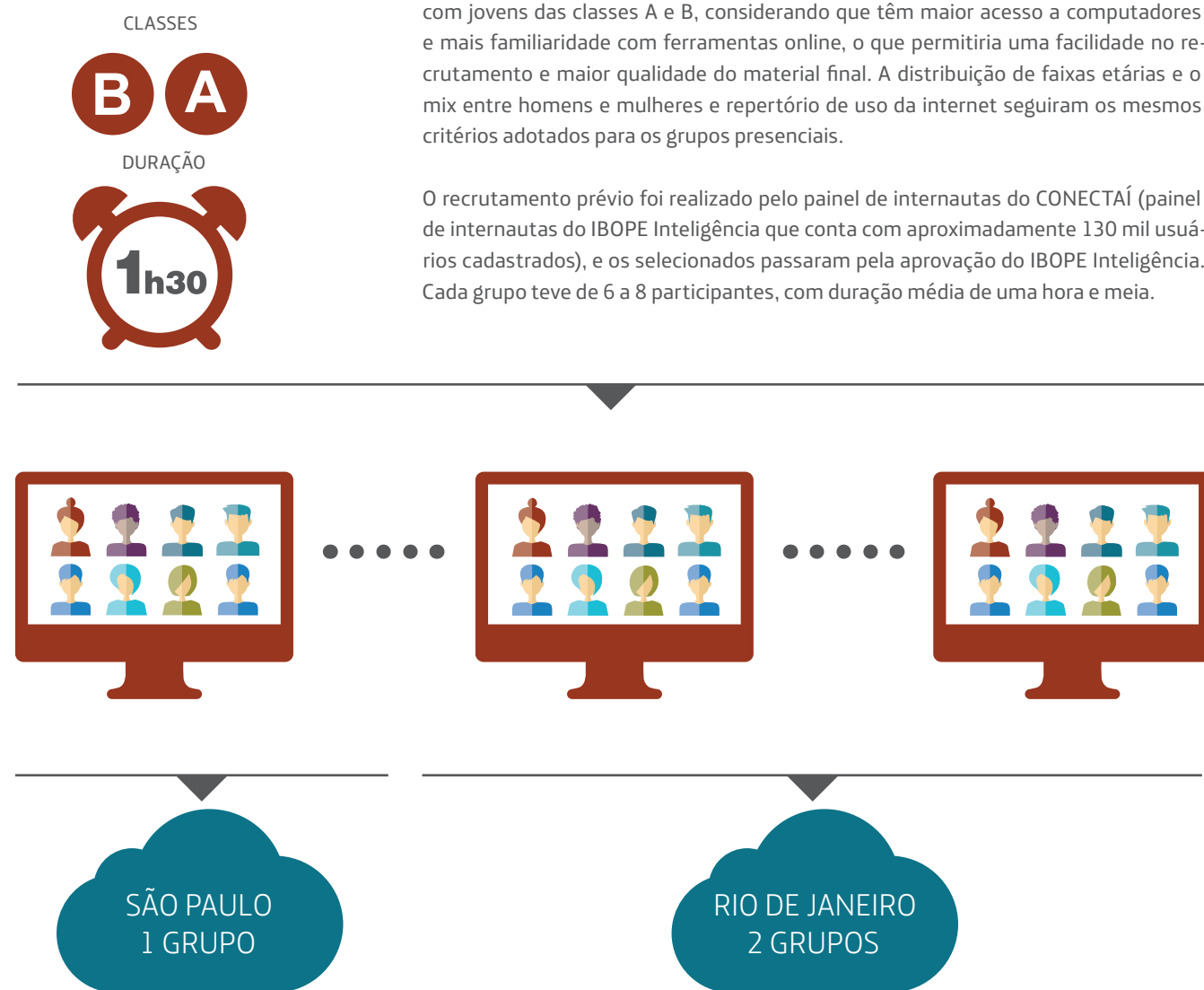


DISCUSSÕES ONLINE

A discussão em grupo online segue os mesmos princípios, objetivos e dinâmica das realizadas presencialmente, a diferença se dá de forma mais subjetiva, especialmente por se estabelecer uma dinâmica em que todos contribuem simultaneamente. Esse fator, além de tornar o grupo mais rápido, também deixa os participantes mais à vontade, permitindo que os mais tímidos contribuam mais do que fariam em uma discussão.

Foram realizados 3 grupos online: dois no Rio de Janeiro e um em São Paulo, apenas com jovens das classes A e B, considerando que têm maior acesso a computadores e mais familiaridade com ferramentas online, o que permitiria uma facilidade no recrutamento e maior qualidade do material final. A distribuição de faixas etárias e o mix entre homens e mulheres e repertório de uso da internet seguiram os mesmos critérios adotados para os grupos presenciais.

O recrutamento prévio foi realizado pelo painel de internautas do CONECTAÍ (painel de internautas do IBOPE Inteligência que conta com aproximadamente 130 mil usuários cadastrados), e os selecionados passaram pela aprovação do IBOPE Inteligência. Cada grupo teve de 6 a 8 participantes, com duração média de uma hora e meia.



MONITORAMENTO DE USO DA INTERNET E MINI ENTREVISTAS

Foram analisados os hábitos de uso e navegação na internet de 10 jovens de diferentes estados do País, que tiveram o software E-meter, do IBOPE E-Commerce, instalado em seus computadores. Capaz de coletar e armazenar informações de navegação, o E-meter permite mapear diversas maneiras e finalidades de uso da internet, em diversos momentos do dia a dia.

Após o período de coleta, foram realizadas mini entrevistas com os participantes, visando identificar os motivos por trás do comportamento mapeado. As entrevistas foram realizadas online e por Skype. Embora os dados coletados pelo E-meter e na entrevista em profundidade não tenham representatividade estatística e não possam ser extrapolados para a população, eles cumprem o objetivo dessa etapa exploratória.



ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE COM ESPECIALISTAS

Realizadas individualmente, as entrevistas em profundidade com especialistas tinham como objetivo aprofundar assuntos complexos e promover o entendimento de ideias, percepções e opiniões. Foram ouvidos oito especialistas antenados com os temas da pesquisa e as perspectivas por eles apresentadas ilustram uma série de apontamentos feitos com base nos dados quantitativos, apresentados ao longo desta publicação. As entrevistas tiveram, em média, uma hora de duração.



FELIPE ALTENFELDER
ATIVISMO
Ativista do Fora do Eixo e cofundador da Mídia Ninja.



SERGINHO GROISMAN
COMPORTAMENTO
Jornalista, apresentador de programa de TV voltado para jovens.



RAFAEL PARENTE
EDUCAÇÃO
Assessor do movimento Todos pela Educação e representante do GELP no Brasil, fundador do LABi e Aondê.



MARCIA PADILHA
EDUCAÇÃO
Especialista em Educação e tecnologias, cofundadora do Laboratório de Experimentações Didáticas (LED).



CYNTHIA SERVA
EMPREENDEDORISMO
Coordenadora do Centro de Empreendedorismo e Inovação do Insper.



MONICA GALIANO
ATIVISMO
Consultora em Voluntariado Corporativo.



RODRIGO NEJM
COMPORTAMENTO
Diretor de Educação da SaferNet Brasil.

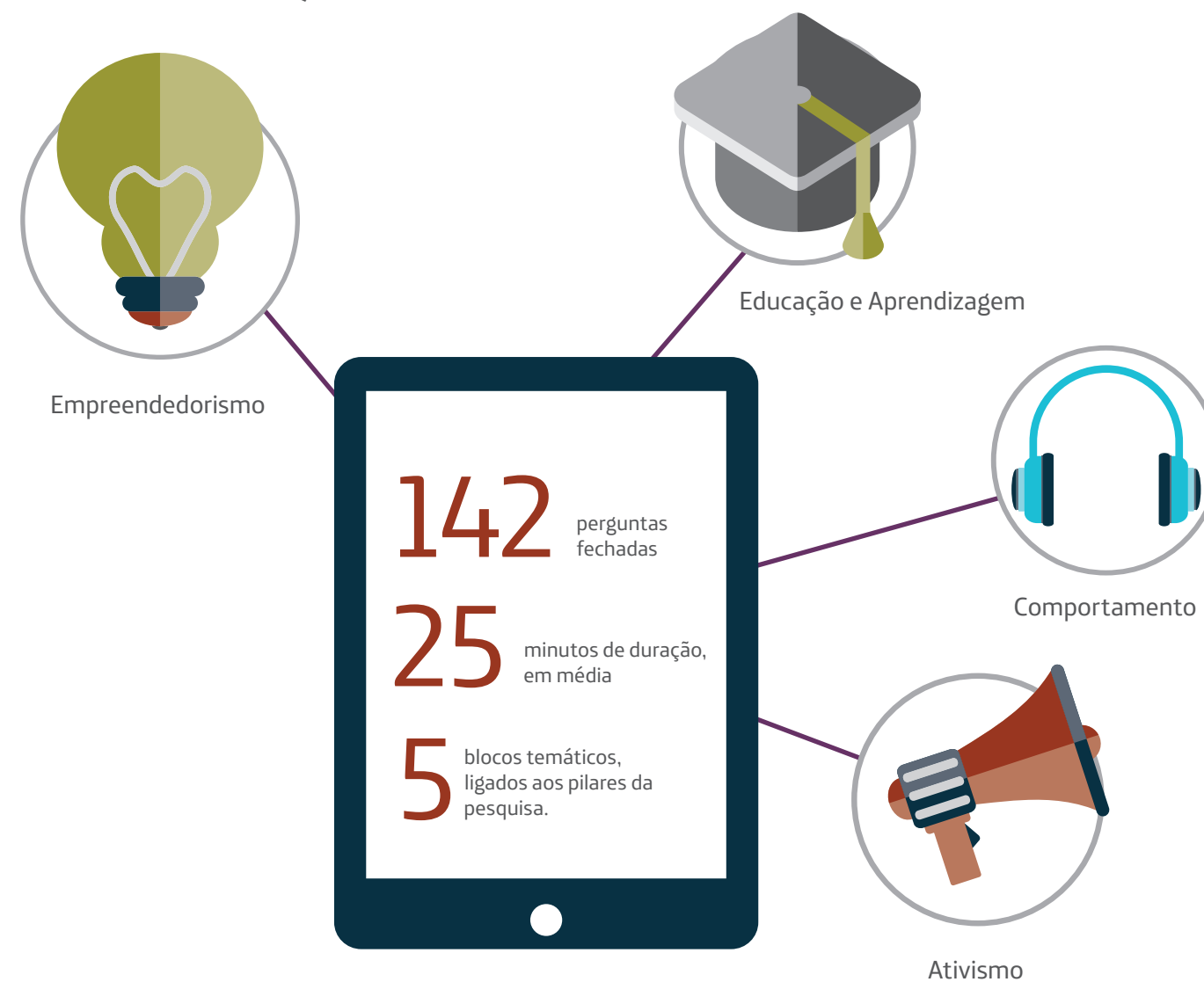


PAMELLA GONÇALVES
EMPREENDEDORISMO
Gerente de Pesquisa e Mobilização - Endeavor Brasil.

O QUESTIONÁRIO

Perguntas feitas face a face e preenchidas *in loco* a partir de um tablet.

EIXOS TEMÁTICOS DA PESQUISA




CONFIRA O QUESTIONÁRIO COMPLETO NO CAPÍTULO 9

INDICADORES

Como os jovens se comportam de maneira diferente e têm motivações diferentes na internet, foram criados indicadores para cada um dos quatro blocos que representam os pilares da pesquisa (educação e aprendizagem, ativismo, empreendedorismo, comportamento).

Para determinar as diferentes atitudes, os jovens responderam questões elegendo uma escala de concordância/discordância, como a do exemplo abaixo:

O uso de internet e outras tecnologias de comunicação melhora o relacionamento e a troca de conhecimento entre os alunos?



Pesos diferentes foram aplicados para cada ponto da escala, com o objetivo de enquadrar uma atitude ou comportamento da dimensão mais negativa, de menor concordância, a mais positiva, com maior índice de concordância. Os grupos foram criados a partir da lógica do Net Promoter Scofe (NPS), como detalhado na tabela abaixo:

Atitude/Comportamento	
0 – 6	Detratores
7 – 8	Neutros
9 – 10	Promotores

Após aplicar os pesos para cada afirmação, foi extraída uma média que quantifica o nível de concordância (envolvimento com o tema) do jovem ao utilizar a internet com base em suas atitudes frente aos assuntos abordados.

Desta forma, o envolvimento dos jovens com cada tema foi determinado a partir da avaliação de suas médias:

Atitude/Comportamento	
0 – 50	Baixo envolvimento
51 – 75	Médio envolvimento
76 – 100	Alto envolvimento

Para caracterizar o repertório de uso da internet pelos entrevistados, foi aplicada a mesma lógica para criar uma escala para questões que mediam a frequência com que os jovens realizavam diferentes atividades:

Atitude/Comportamento	
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 – Nunca	

Desta forma, a avaliação de suas médias enquadrava os jovens nos seguintes perfis:

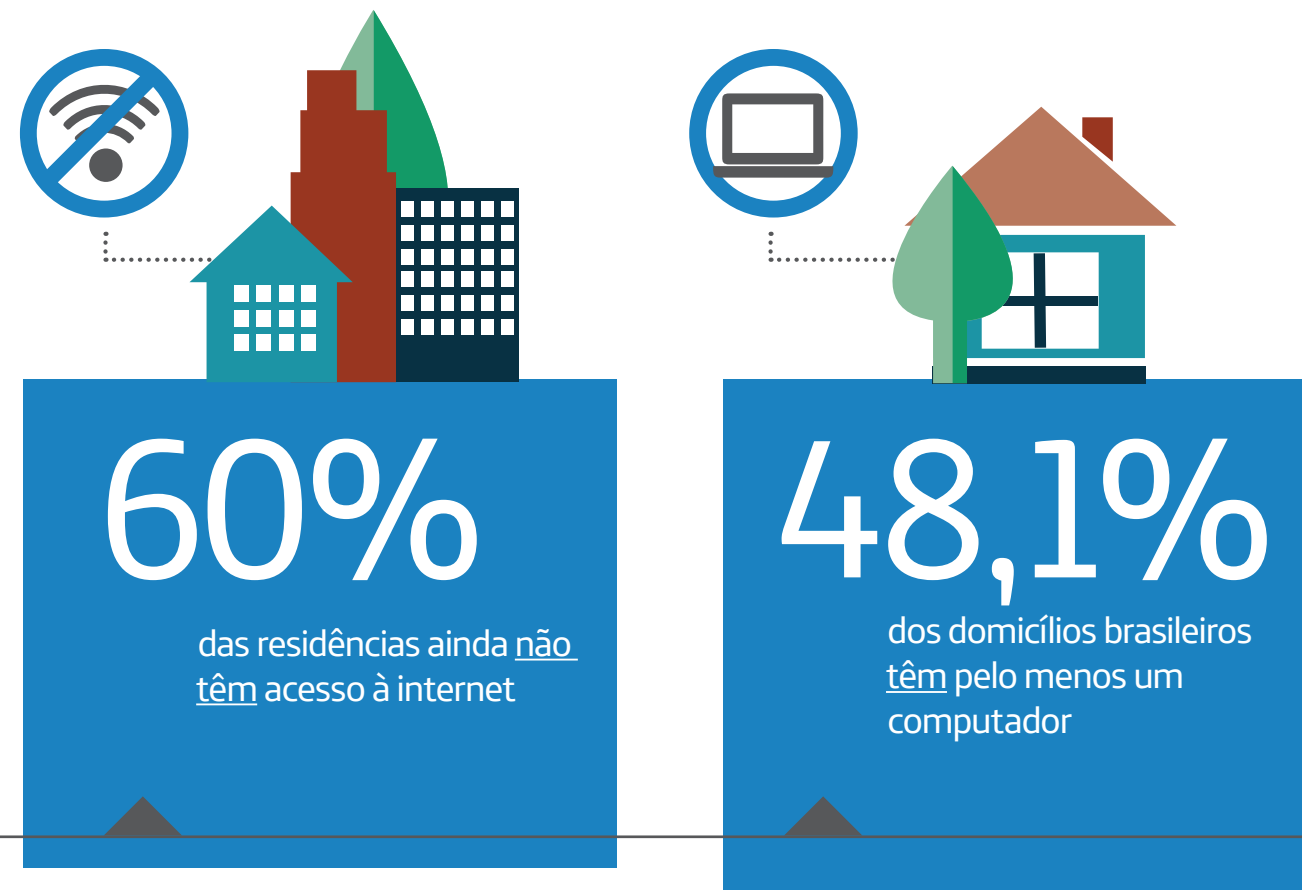
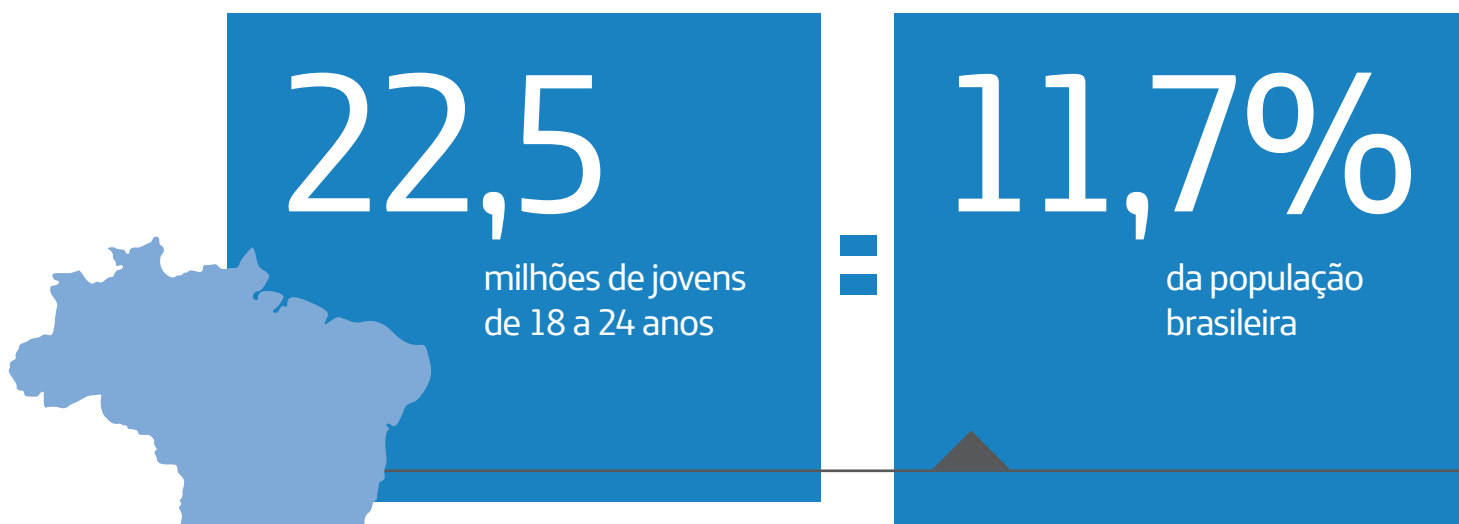
Atitude/Comportamento	
0 – 50	Exploradores iniciantes
51 – 75	Exploradores intermediários
76 – 100	Exploradores avançados

3

PRINCIPAIS ACHADOS:
#OQUEOSJOVENS CONECTADOS FAZEM

FORMAS E FACES DO ACESSO

Para entender o comportamento dos jovens conectados brasileiros, é importante conhecer o contexto nacional:



Fonte: Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA 2014

O maior índice de posse de computador é encontrado no Sudeste:

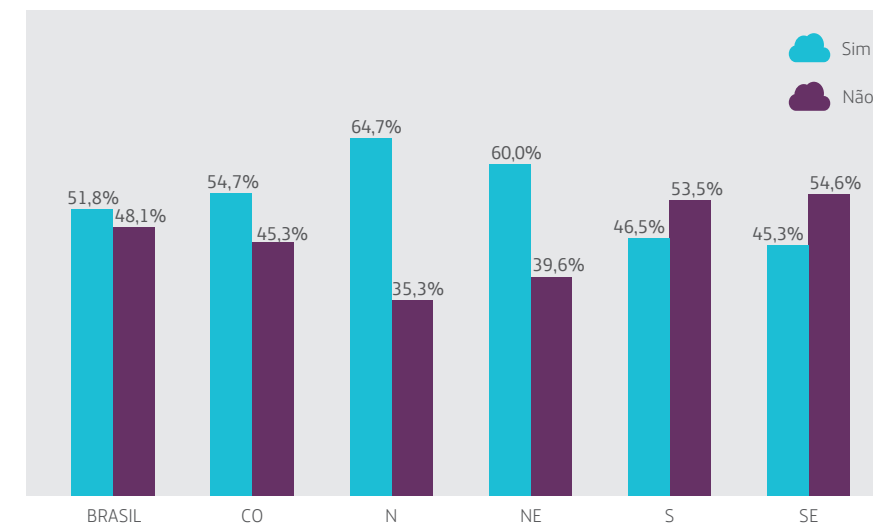
54,6%

O menor índice de posse de computador é encontrado no Norte:

35,3%

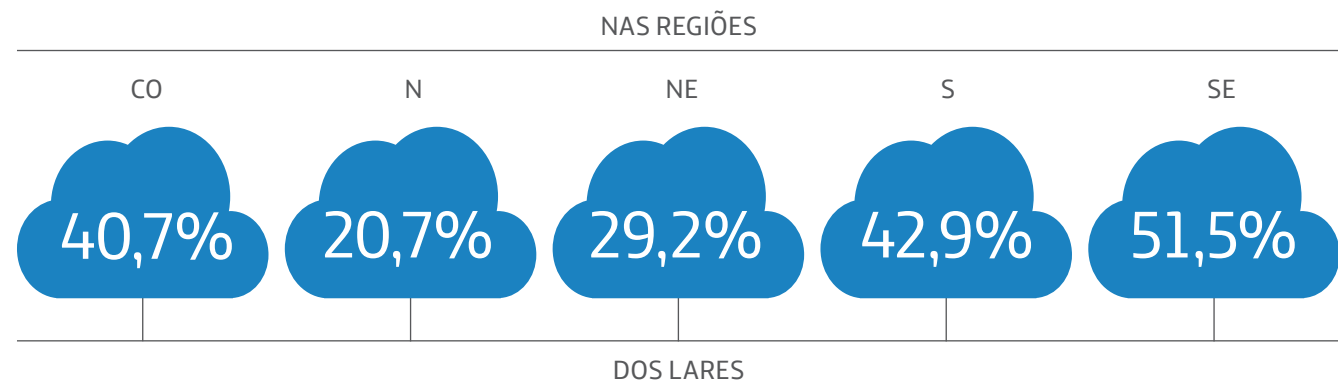
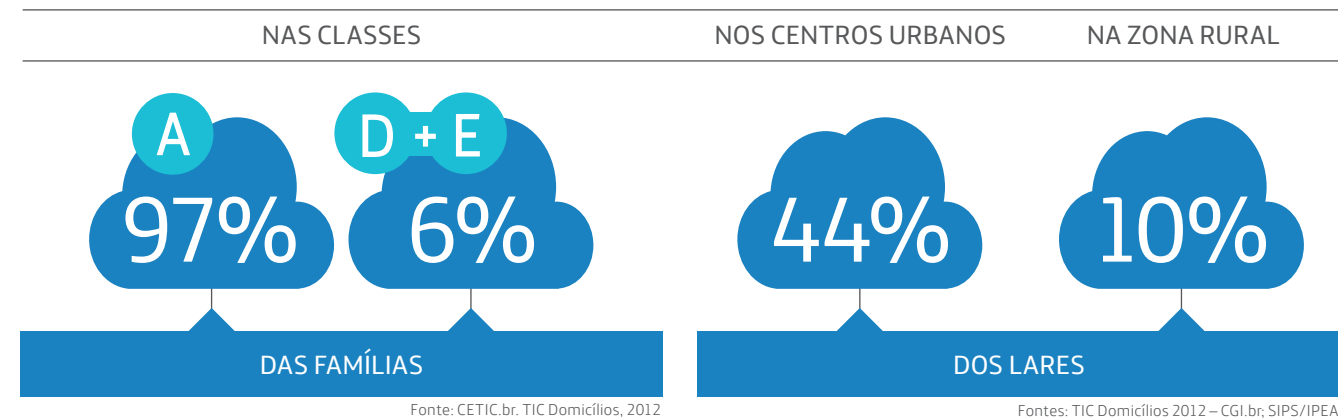
BRASIL E REGIÕES: POSSE DE COMPUTADOR NO DOMICÍLIO

Fonte: SIPS/Ipea



LARES CONECTADOS À INTERNET

Quando observamos a distribuição do acesso à internet pelo País, destacam-se alguns fatores sociais:



O Brasil é o 4º colocado no ranking latino-americano de domicílios com acesso à internet, ficando atrás do Uruguai, da Argentina e do Chile.

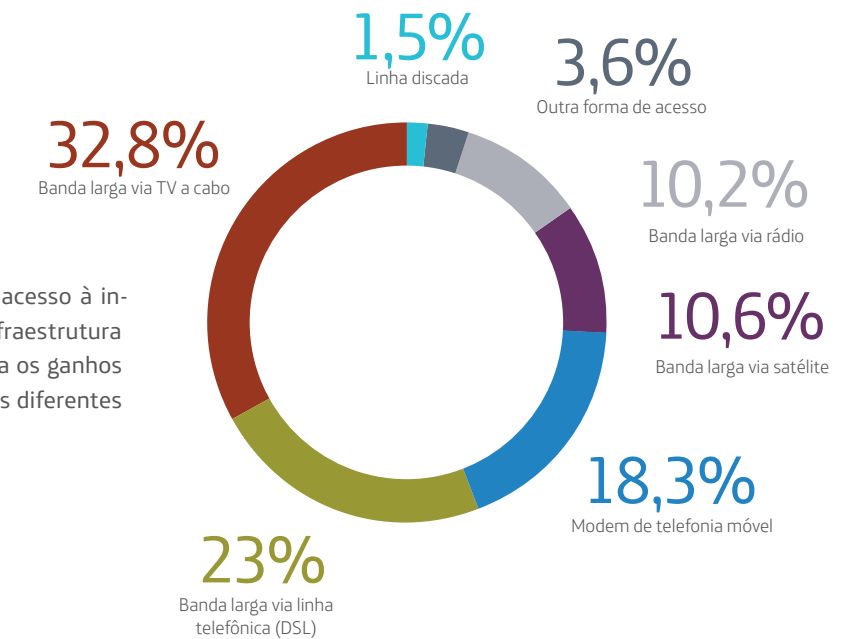
Fonte: IPEA

Segundo o Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas (IPEA) as principais razões para a ausência de conexão à internet nos lares brasileiros são:

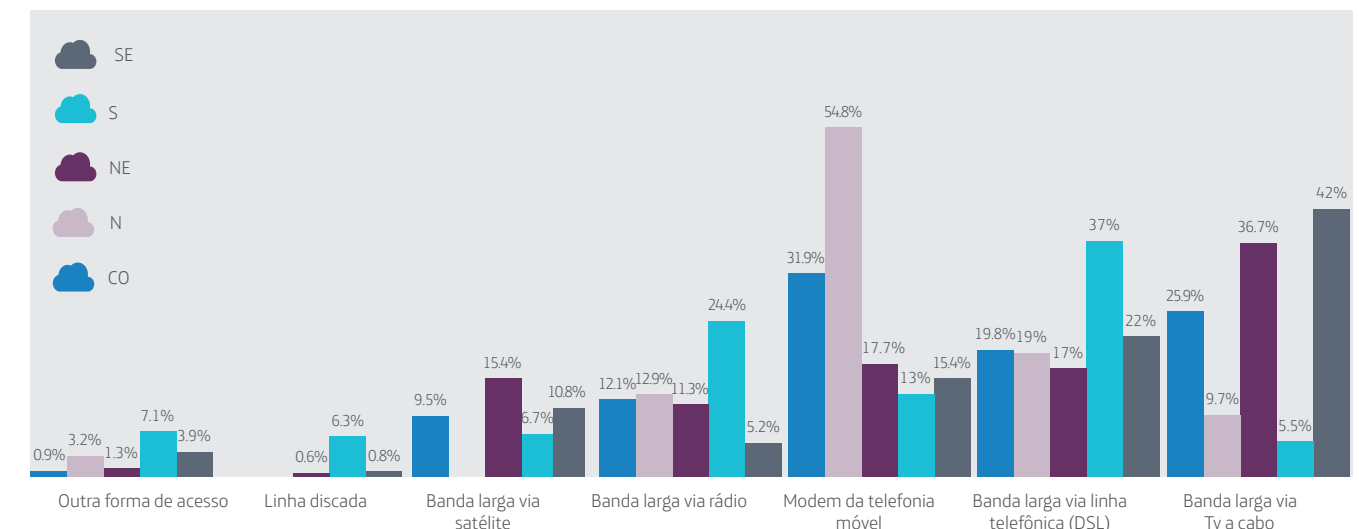


TECNOLOGIAS DE ACESSO À INTERNET UTILIZADAS NO BRASIL

Quando analisamos as diferentes tecnologias de acesso à internet, fica evidente a predominância do uso da infraestrutura de TV a cabo de telefonia fixa – o que aponta para os ganhos propiciados pela convergência tecnológica entre os diferentes serviços de comunicação prestados no País.



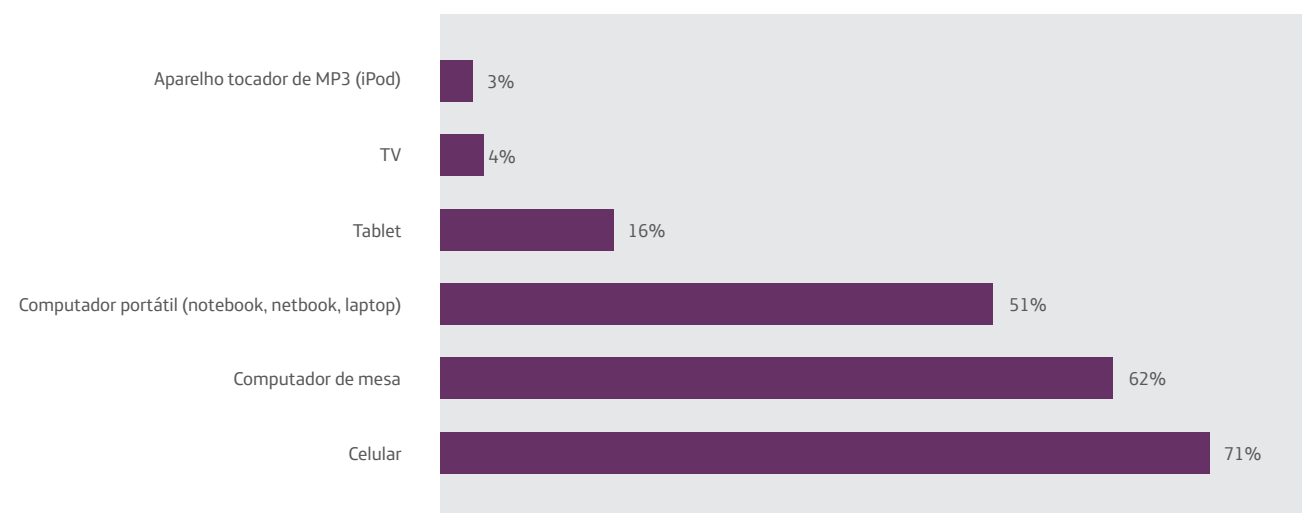
TIPO DE ACESSO À INTERNET POR REGIÃO



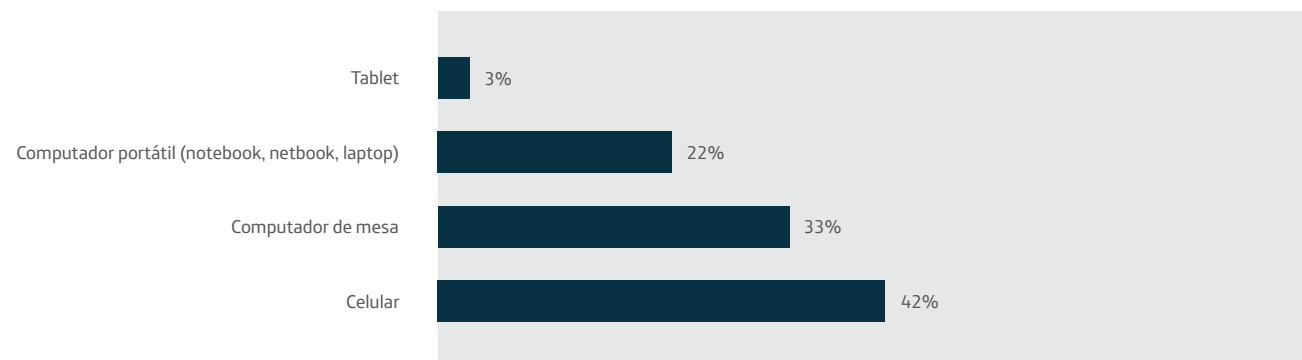
O CELULAR COMO INSTRUMENTO DE DEMOCRATIZAÇÃO DO ACESSO

O telefone celular é o equipamento preferencial de acesso à internet. A conexão à internet via celular é intensamente utilizada por jovens de todas as classes socioeconômicas: A (86%), frente aos das classes B (75%), C (69%) e D (54%). Vejamos o gráfico abaixo:

USO DE EQUIPAMENTOS DE ACESSO À INTERNET



EQUIPAMENTOS DE ACESSO MAIS FREQUENTE À INTERNET

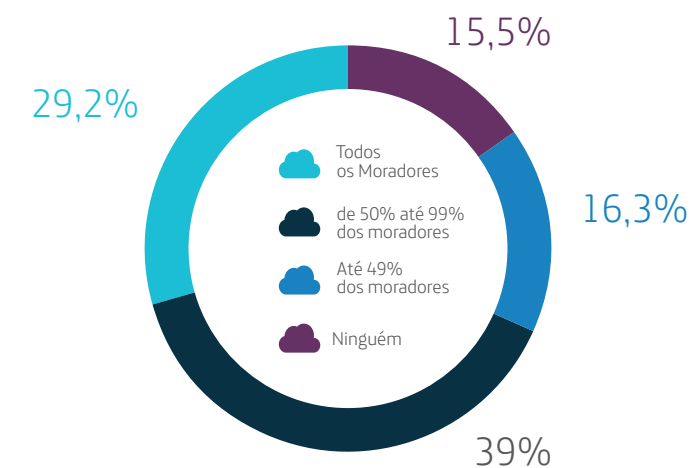


Na média nacional, os jovens declaram utilizar **2,07 equipamentos** diferentes para acessar a internet.



O uso preferencial do computador de mesa para o acesso à internet elevado na classe C (35%) provavelmente está correlacionado à impossibilidade financeira de aquisição não apenas de aparelhos (celulares, notebooks, netbooks, tablets), mas também dos planos de acesso. Por esse motivo, os jovens desta classe socioeconômica compartilham mais as possibilidades familiares de acesso coletivo com os pais, irmãos e outros membros da família.

UTILIZAÇÃO DE TELEFONIA MÓVEL NO BRASIL



Contemporaneamente, pesquisadores de diferentes países se debruçam sobre as análises do fenômeno da participação dos celulares na construção da identidade dos jovens, de ambos os sexos. Consuelo Yarto W. após extensa revisão da literatura internacional concluiu que quatro fatores predominam na construção da identidade dos usuários de telefones celulares:

O PAPEL DO CELULAR NA CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE DO JOVEM:

- ✓ O celular é um elemento que se integra à aparência visual
- ✓ O celular promove e possibilita desenvolver uma personalidade autônoma e independente
- ✓ O celular é um mediador do processo de construção do *self*
- ✓ O celular é um símbolo para a construção de identidades coletivas

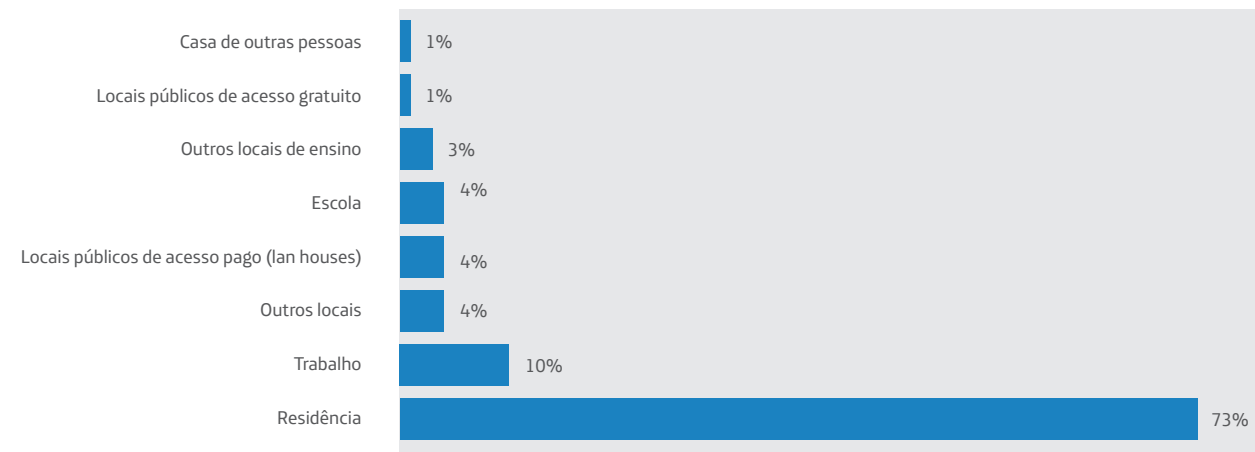
(YARTO, 2009, p.87)

No caso específico do segmento juvenil, o telefone celular confere reconhecimento e ajuda a projetar a individualidade, o estilo de vida e o senso de moda de seu dono, convertendo-se em texto cultural. Yarto afirma que a maior relevância no papel do celular é mediar os processos de construção do "eu" tanto nas relações presenciais quanto nas interações desenvolvidas no espaço virtual.

A RESIDÊNCIA COMO LOCAL DE ACESSO MAIS FREQUENTE

O acesso doméstico à internet é o mais significativo para o jovem internauta, tanto entre aqueles que somente estudam como para os que já estão no mercado de trabalho. Porém, revelou-se ainda mais expressiva no caso de quem nem estuda nem trabalha (89%) e dos que estavam desempregados ou procurando emprego no momento da entrevista (82%).

LOCAIS DE ACESSO À INTERNET



Observaram-se relativamente poucas diferenças estatísticas no comparativo entre gêneros. Porém, as diferenças identificadas entre as faixas etárias foram mais significativas.

DISPOSITIVOS E MODALIDADES DE ACESSO À INTERNET

Para os jovens internautas pesquisados, independentemente de gênero, idade e classe social, a internet é acessada tanto pelos computadores de mesa (desktops), quanto pelos celulares. Mas para esses jovens, o celular aparece como opção preferencial por permitir a conexão à internet a toda hora e em qualquer lugar.

Vejamos algumas falas dos jovens da pesquisa:

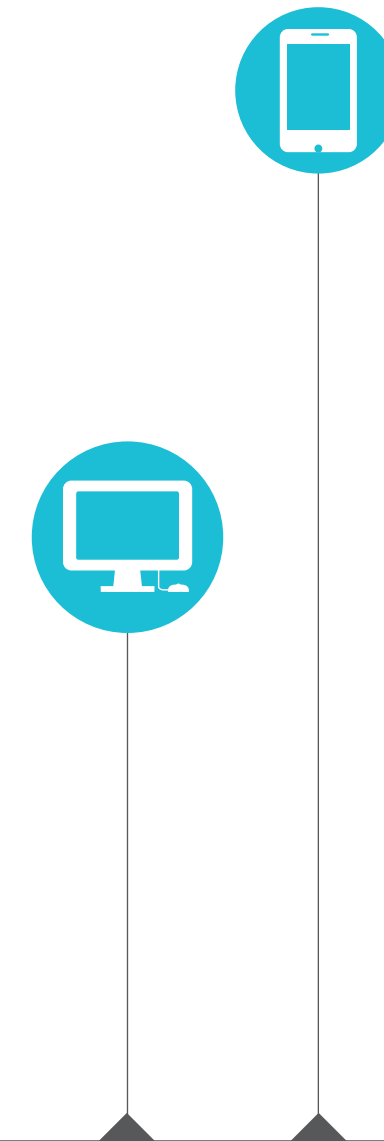
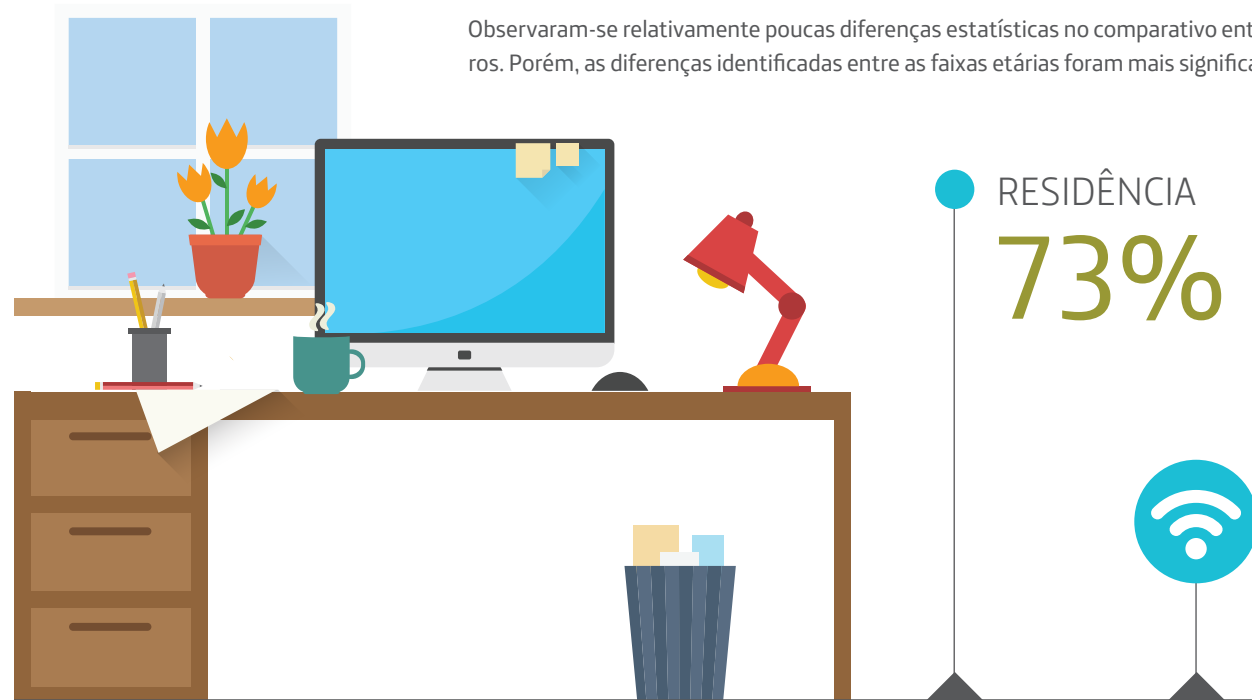
“Acho que hoje em dia é mais o celular. É mais acessível para todo mundo. O pessoal está mais ligado nessa coisa de ficar toda hora, todo momento... Nessa coisa de querer saber o que está acontecendo”.

Mas os computadores de mesa apresentam vantagens em relação aos celulares para alguns tipos de uso. Por exemplo, usos que exigem maior qualidade ou tempo de conexão, como pesquisas mais extensas, downloads de conteúdo, acesso a softwares, filmes, vídeos e jogos.

“Pelo computador é mais fácil ler e assistir séries do que pelo celular. O celular é para pesquisa rápida, mapas e rede social”.

“Computador em casa é mais para séries ou para pesquisas maiores”.

“Celular é só para rede social e no computador é série, software, pesquisa, trabalhos para a escola”.



Para o conjunto de jovens pesquisados, o celular tem preferência em relação ao computador de mesa pela conveniência da mobilidade e possibilidade de uso e conexão em todos os lugares. Porém, para os jovens internautas das classes C e D, o celular tem custo elevado quando utilizado para tarefas e operações mais demoradas. Para tais casos, esses jovens preferem o uso de computadores de mesa.

“Só para coisa de urgência uso a internet no celular, porque é de crédito. Então, só de urgência mesmo. Agora se eu quiser ficar navegando, vou navegar de verdade no computador”.

“O computador só quando a gente vai acessar algum site que o celular não suporta”.

“Celular é só para rede social e no computador é série, software, pesquisa, trabalhos para a escola”.

Em geral, o celular também é o dispositivo preferido para o acesso a aplicativos de localização geográfica, altamente utilizados pelos jovens entrevistados.

“Com o GPS no celular hoje em dia não tem como se perder”.

“Antigamente, você queria se locomover e não conhecia o endereço. Tinha de ligar no 156 (SPTrans). Demora... Placa de rua, meu Deus! Ao invés de te ajudar, atrapalha! No Google é igualzinho na vida real, você consegue ver sua casa”.

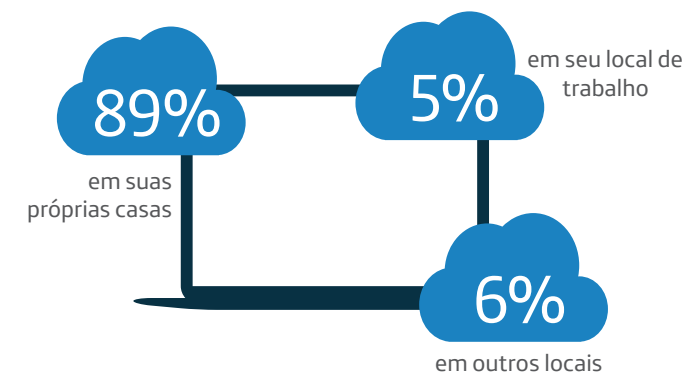
“Geralmente, quando estou em casa e outra pessoa está usando o computador, eu assisto filme, vídeo no YouTube, novela”.

Para os jovens internautas pesquisados, também de forma independente de gênero, faixa etária e classe socioeconômica, a internet é utilizada principalmente para interagir nas redes sociais, com grande predominância do Facebook, seguido pelo Twitter. Outra atividade citada é baixar séries.

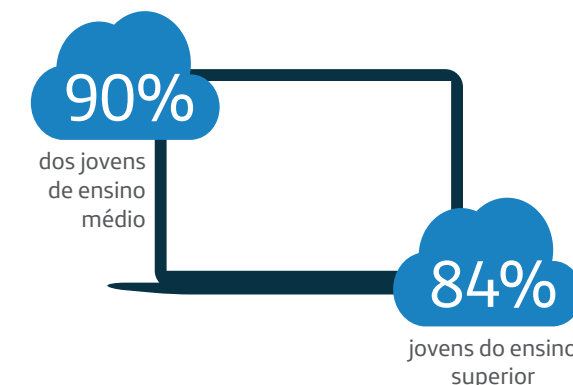
O compartilhamento de acesso à internet via computadores de mesa com vizinhos, amigos e parentes mostrou-se mais relevante para os nordestinos (5%), exibindo idênticos valores de participação tanto nas capitais, quanto no interior.

#PELONOTEBOOK

Os jovens acessam a internet por meio de computadores portáteis:

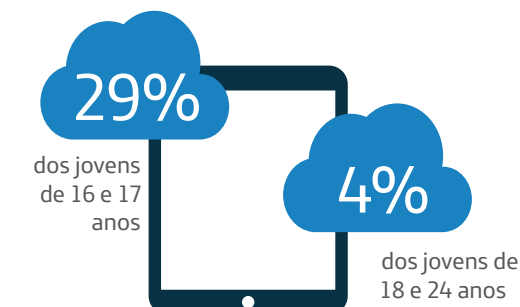
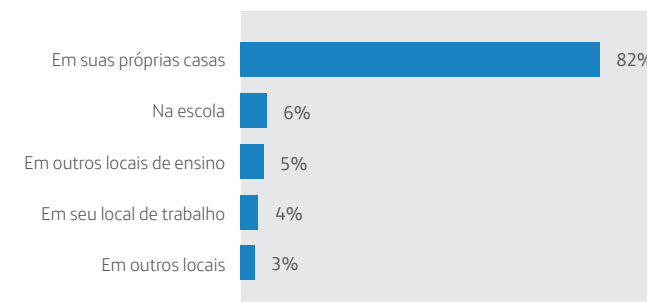


O uso de notebooks em casa é maior entre os jovens dos níveis mais básicos de escolaridade:



#PELOTABLET

Os jovens acessam a internet por meio de tablets:

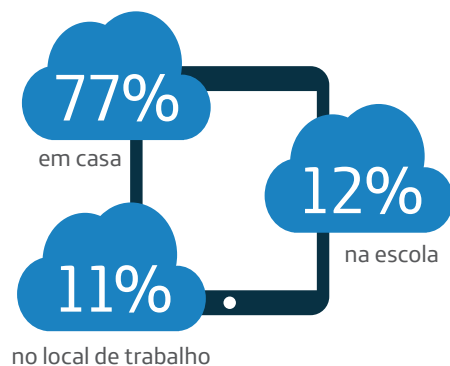


Estes dados podem estar correlacionados às políticas e iniciativas recentes de introdução dos tablets nas escolas brasileiras de ensino fundamental. Assim, para os jovens do ensino fundamental, o acesso à internet via tablets foi idênticamente significativo para a escola e para a própria residência.

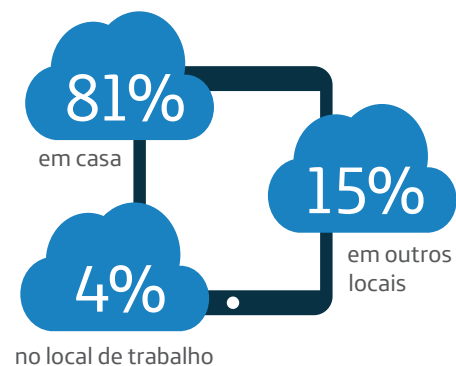
O uso de tablets na escola é maior entre os mais jovens.

Quando analisamos a utilização de tablets por tipo de ocupação

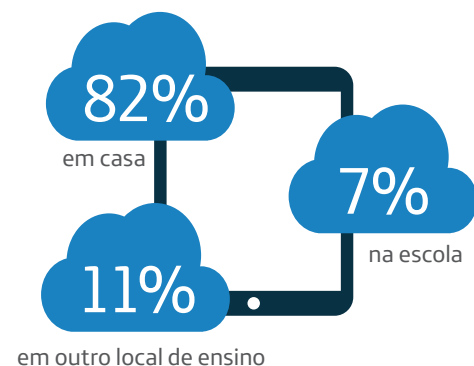
Jovens que **estudam** e **trabalham** usam tablets:



Jovens que apenas **trabalham** usam tablets:

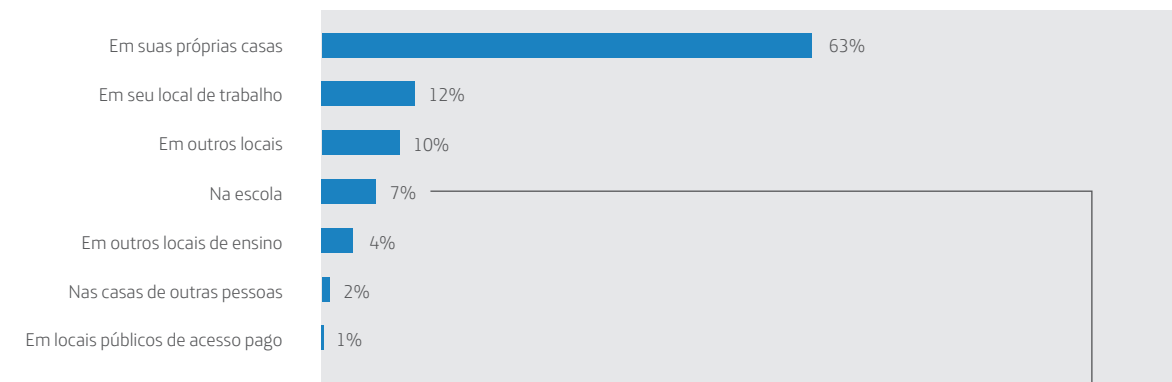


Jovens que apenas **estudam** usam tablets:



#PELOCELULAR

Jovens acessam a internet por meio de seus celulares:



São os jovens da classe D que proporcionalmente mais acessam a internet via celulares a partir do próprio domicílio (76%).

Em todas as macrorregiões brasileiras, a concentração de uso de celular para acesso à internet mostrou-se significativamente mais relevante para os moradores do interior do que para as capitais, exceto para o Nordeste, onde são praticamente equivalentes.

Considerando que a maior parte dos professores não permite o uso de celulares em sala de aula, os percentuais de acesso à internet por esse dispositivo são extremamente baixos nas escolas.

Acesso à internet nas escolas



7%

Média nacional

10%
Sudeste

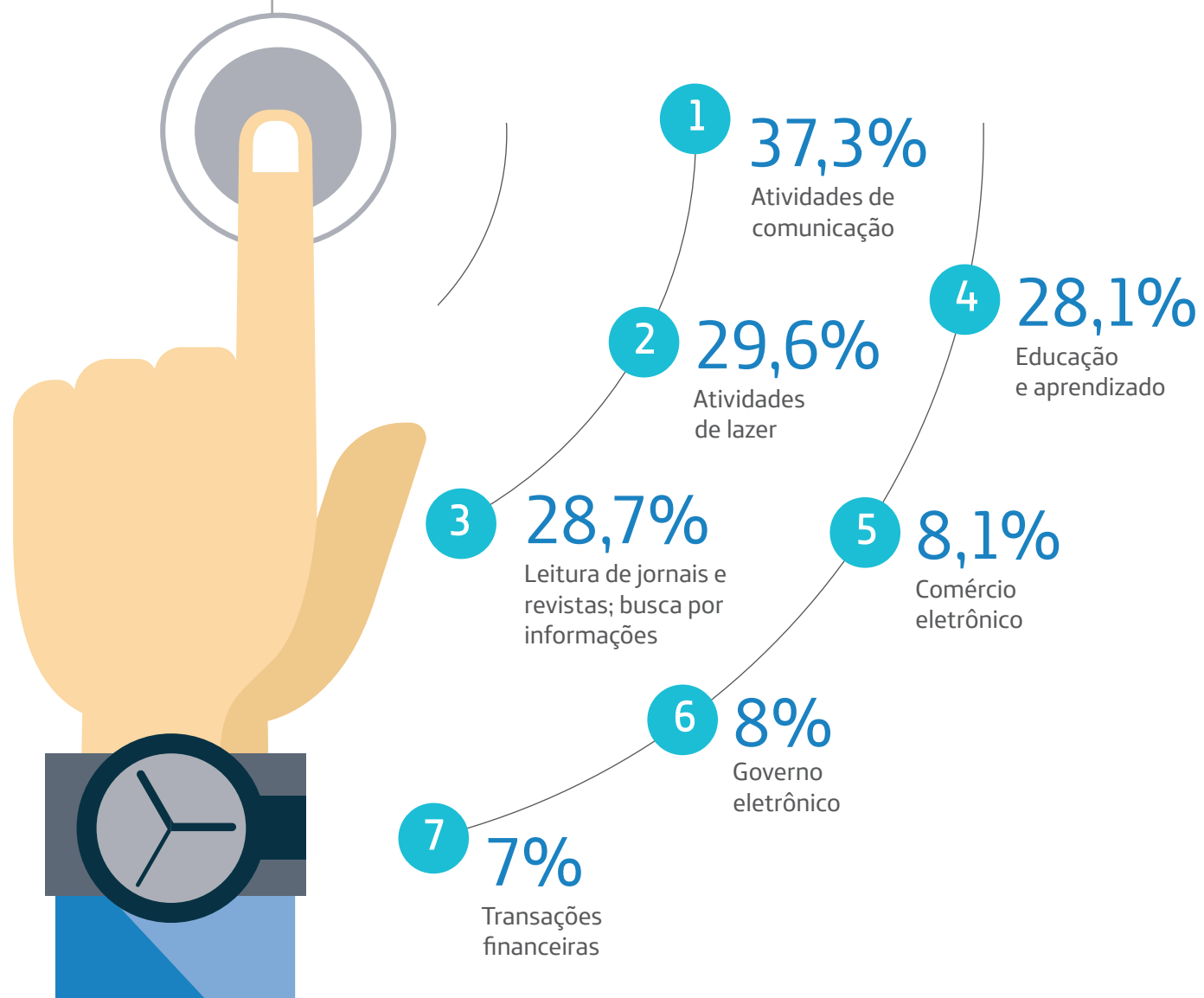
10%
Nordeste

2%
Centro-Oeste

1%
Sul

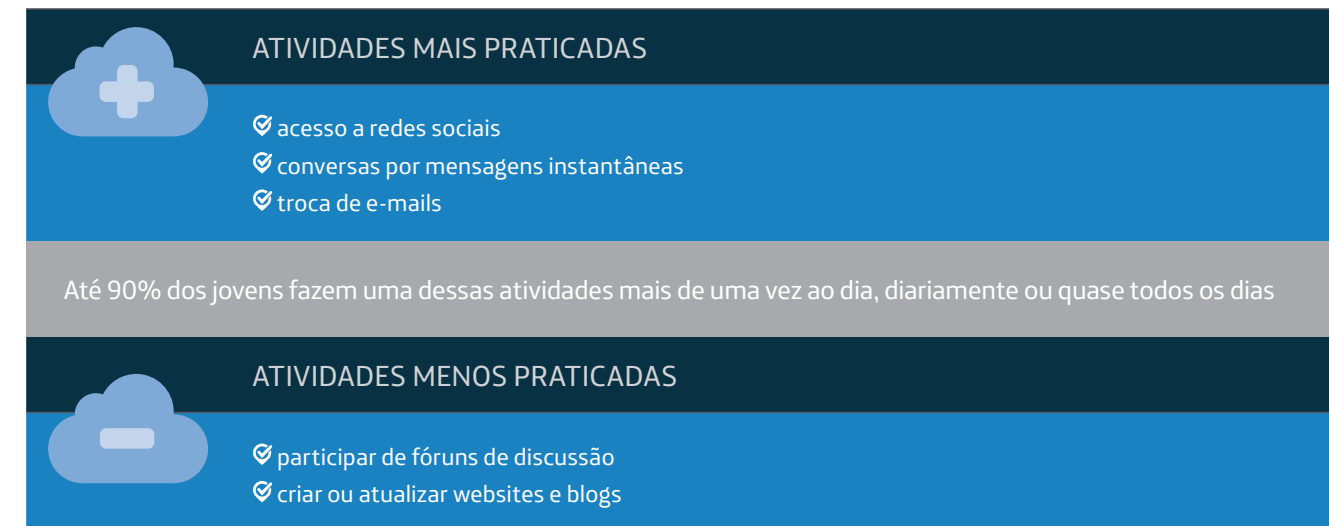
O QUE OS JOVENS FAZEM COM E NA INTERNET

As principais atividades desempenhadas pelo jovem internauta brasileiro são:

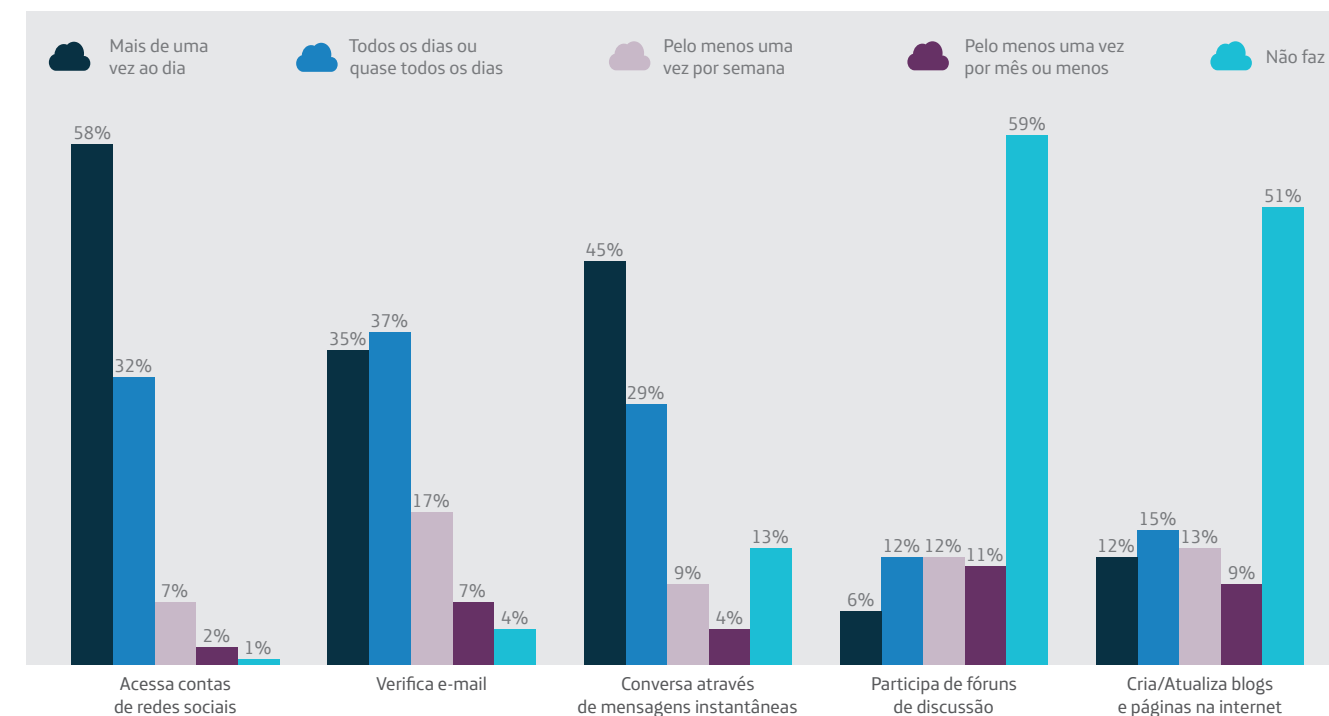


COMUNICAÇÃO INTERPESSOAL, REDES SOCIAIS E E-MAILS

A pesquisa revelou que as atividades realizadas na internet que mais atraem a juventude conectada brasileira são aquelas ligadas à comunicação interpessoal.

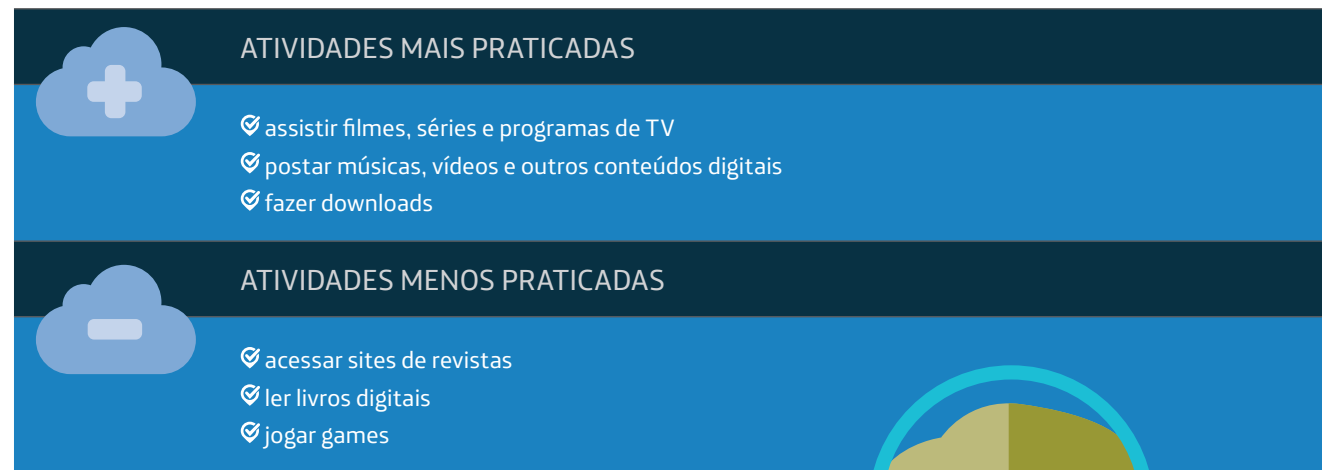


ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO EXECUTADAS PELA JUVENTUDE CONECTADA BRASILEIRA

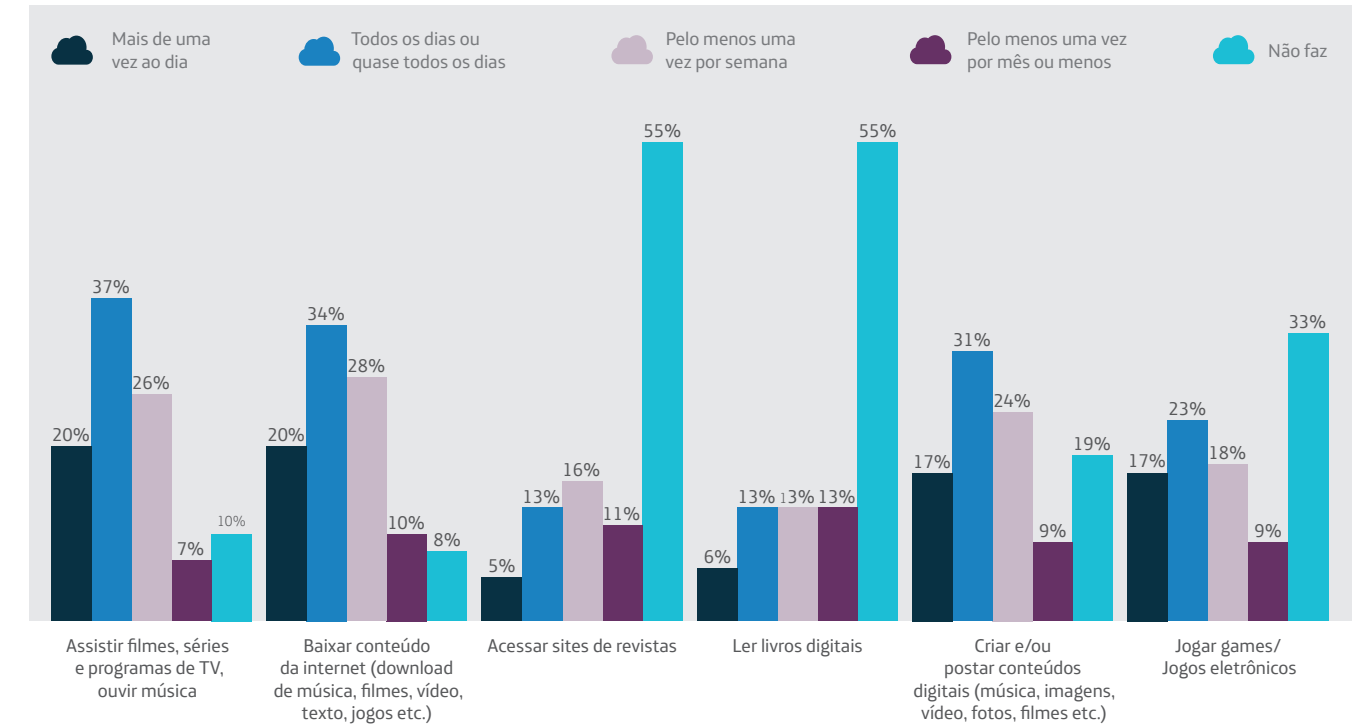


ATIVIDADES DE LAZER E ENTRETENIMENTO

O segundo grupo de atividades mais popular entre os jovens é o de **lazer e entretenimento**, assistir filmes, séries e programas de TV, além de ouvir música e fazer download de músicas, filmes, vídeos, textos e jogos são alguns dos jeitos que os jovens passam tempo na rede. A maioria dos jovens conectados brasileiros declarou praticar essas ações mais de uma vez ao dia, diariamente ou quase todos os dias.



ATIVIDADES DE LAZER E ENTRETENIMENTO EXECUTADAS PELA JUVENTUDE CONECTADA BRASILEIRA



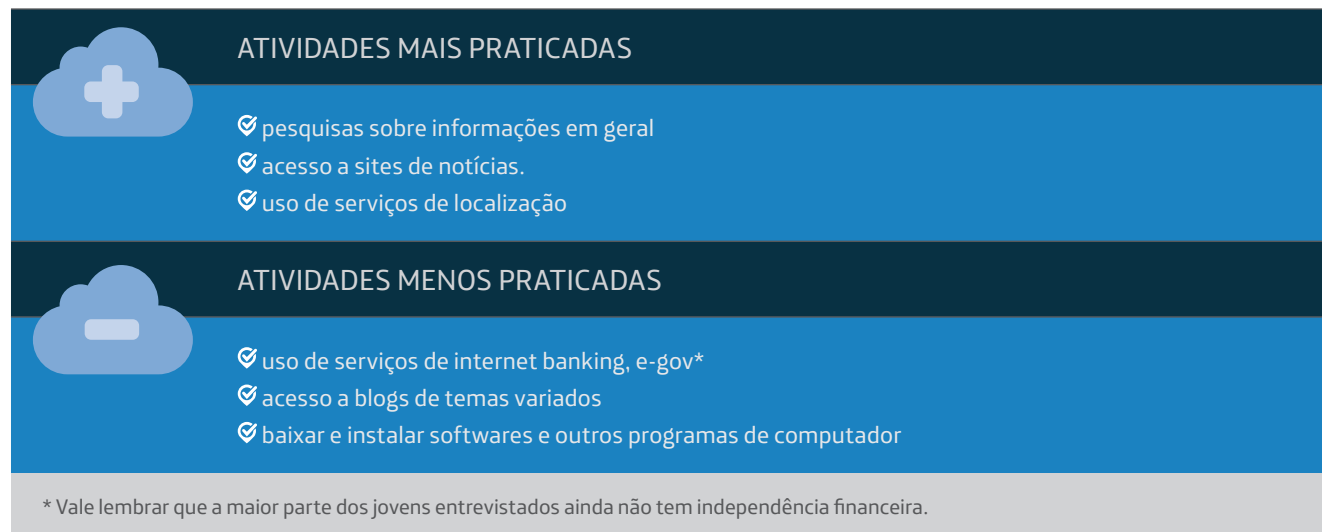
Outra atividade bastante disseminada entre os jovens é criar e/ou postar conteúdos digitais como música, imagens, vídeos, fotos e filmes:

48%
o fazem mais de uma vez ao dia, diariamente ou quase todos os dias

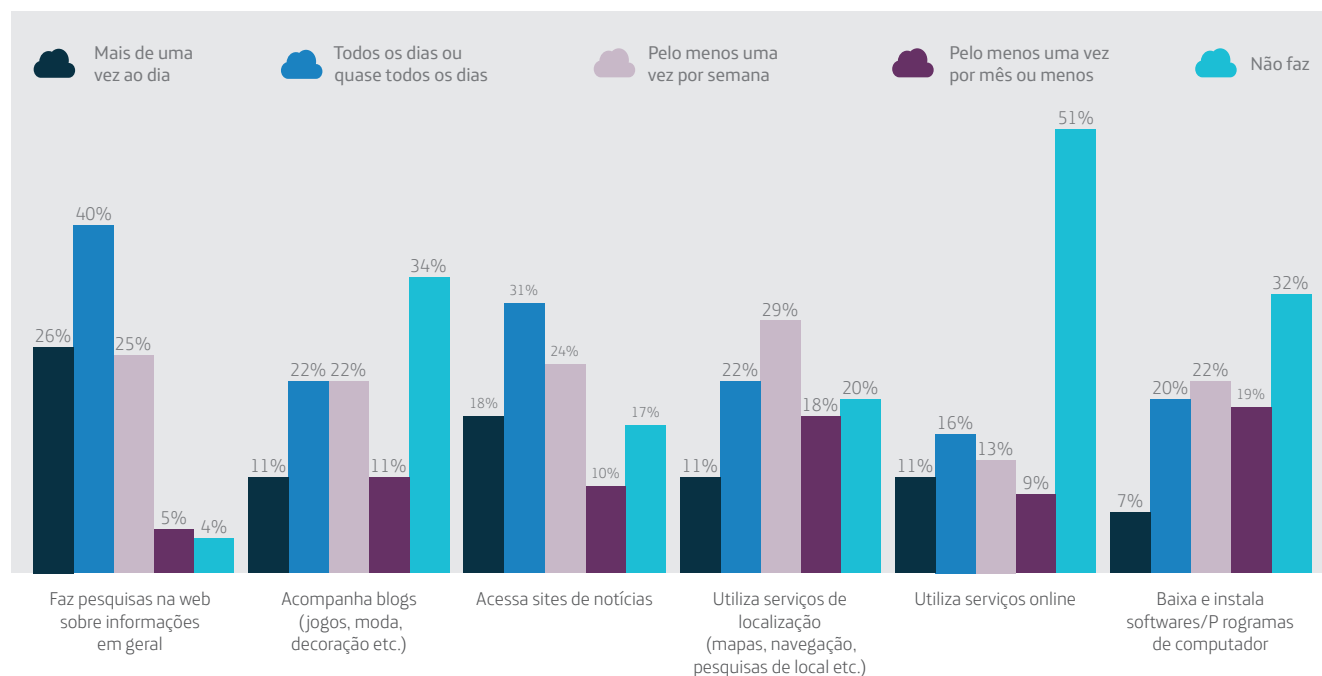
24%
o fazem pelo menos uma vez por semana.

BUSCA DE INFORMAÇÕES

Entre os jovens, pesquisar informações em geral, buscar suporte ou serviços online é o terceiro grupo de atividades realizadas na internet na escala de importância relativa.



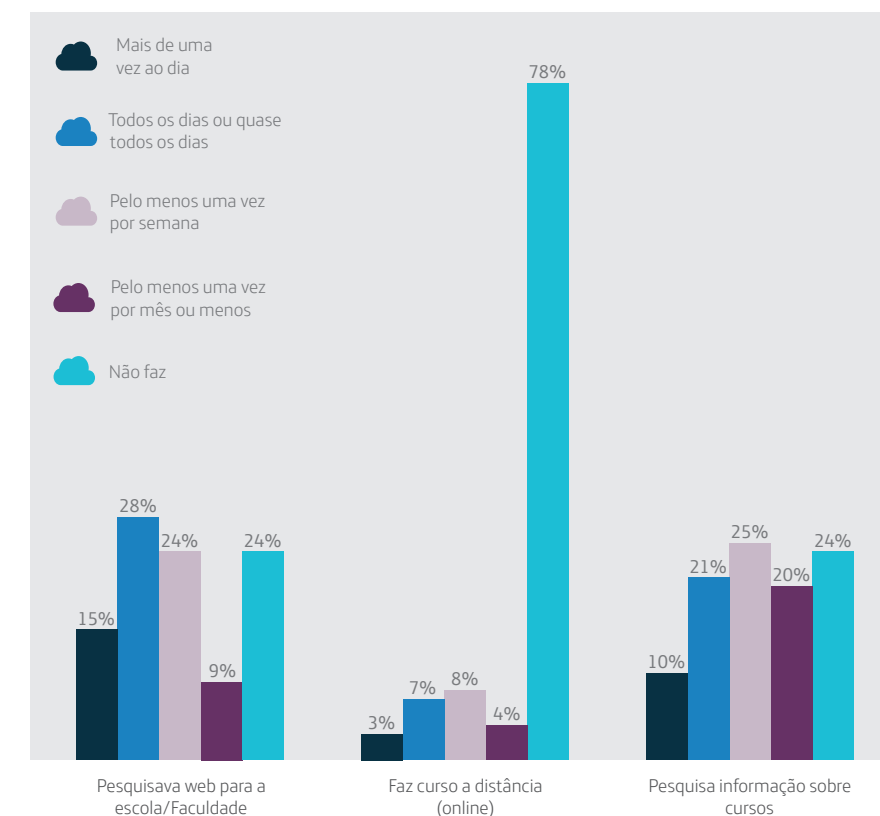
ATIVIDADES DE OBTENÇÃO DE INFORMAÇÕES, SUPORTE E SERVIÇOS EXECUTADAS PELA JUVENTUDE CONECTADA BRASILEIRA



EDUCAÇÃO E APRENDIZAGEM

Na quarta posição de importância relativa entre as atividades mais frequentes está o grupo das ações educação e aprendizagem. Pesquisas para estudos e trabalhos da escola ou da faculdade são atividades praticadas mais de uma vez ao dia, diariamente, ou quase diariamente por 43% dos jovens entrevistados. Já buscar informações online sobre cursos revelou-se prática cotidiana, ou quase, para cerca de 1/3 dos jovens brasileiros conectados.

ATIVIDADES DE EDUCAÇÃO/CAPACITAÇÃO EXECUTADAS PELA JUVENTUDE CONECTADA BRASILEIRA

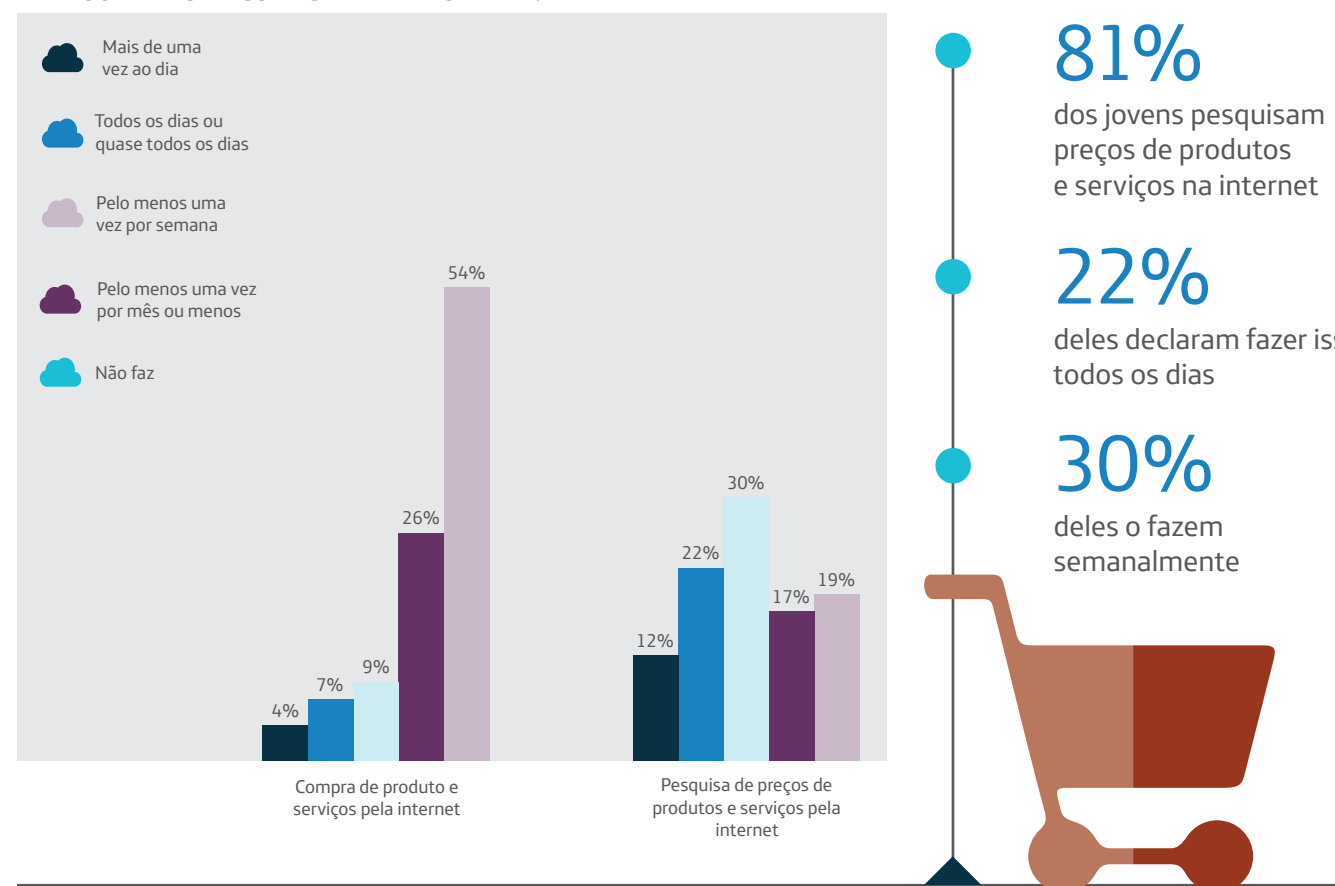


Observa-se que a internet consolida-se como importante suporte para a consulta escolar pelo jovem brasileiro conectado, tanto para a realização de pesquisas, tarefas e trabalhos, quanto para a obtenção de informações sobre cursos e atividades educativas e de capacitação. A prática de realização de cursos online já é uma realidade presente no cotidiano da juventude brasileira conectada e aponta para uma tendência (22% declara fazer ou ter feito).

COMÉRCIO ELETRÔNICO

Finalmente, entre todas as categorias de práticas online, a do comércio eletrônico foi a que se revelou proporcionalmente menos relevante para o jovem brasileiro conectado. Mas é importante observar que 46% deles declararam realizar tal atividade, e destes, 26% afirmam fazê-lo uma vez por mês pelo menos. Este fato indica uma tendência que deve ser observada.

ATIVIDADES DE COMÉRCIO ELETRÔNICO EXECUTADAS PELA JUVENTUDE CONECTADA BRASILEIRA.



CONECTIVIDADE E EMPODERAMENTO: #SOUPODEROSOQUANDOESTOUCONNECTADO

Para os jovens adolescentes pesquisados, independentemente do gênero, idade ou classe socioeconômica, o convívio cotidiano e múltiplo com a internet traz, para além das vantagens da sociabilidade das redes sociais, da comunicação e do entretenimento, muita praticidade, principalmente para auxiliar na realização de pesquisas escolares, na localização geográfica e na busca por emprego.

“Não precisa sair e pegar o ônibus para procurar emprego. Antes você saía com o currículo embaixo do braço, ia no centro e via onde estava precisando. Hoje, você cadastra seu perfil todinho pela internet...é muito bom”.

“Na escola, para fazer trabalho, não ir mais na biblioteca...Você baixa e já está ali para você”.

“Eu lembro que eu ia na biblioteca da escola, escrevia em uma folha de almanaque e fazia trabalho e prova. Agora não. Está tudo acessível. Está lá à disposição, não preciso ir até a biblioteca ou vir aqui até a livraria. Pela internet eu posso baixar todos os livros da livraria também”.

“Eu, na faculdade, baixei todos os livros pela internet”.

“Geralmente, quando vamos para algum lugar, combinamos pela internet, procuramos preços, localização, críticas, ao invés de ficar batendo perna procurando”.

“Ficou tudo mais fácil. Por exemplo: eu demorava horas pesquisando nos livros pra fazer os trabalhos da escola. Hoje em dia é só jogar na internet que você já acha o que você procura”.

“A facilidade para acessar serviços e obter informações. Nem imagino como teria sido fazer faculdade sem a comunicação com os demais colegas, professores e acesso a informações”.

“O acesso à informação, que é instantâneo, é também mais diversificado. Eu não preciso mais da MTV pra conhecer uma banda nova, ou esperar a TV passar os gols, por exemplo”.

“O modo como eu me informo é bastante diferente do que simplesmente me sentar em frente à TV e aceitar todo aquele conteúdo. Pela internet, você precisa buscar pela informação, apurar fontes e tudo mais. Acredito que eu realmente sou informado, diferente do que seria se fosse apenas pela TV”.

“Tenho acesso a diversos conteúdos, sejam eles parciais e imparciais, sendo eu o principal encarregado de apurar as informações”.

“Na minha época sem internet (ensino fundamental e médio), o acesso às informações se restringia àquilo que a sua escola tinha a oferecer. Hoje, você pode ter acesso a artigos, livros e afins de uma maneira bem mais facilitada que antes, além de poder baixar, copiar e enviar materiais para outras pessoas com muita facilidade”.

Importante notar que **as possibilidades de busca, acesso e apropriação da informação na realização de pesquisas escolares são fortemente percebidas e valorizadas por parte do jovem internauta**. Vale destacar que as ferramentas de busca da informação oferecem múltiplas opções que facilitam o trabalho do estudante e, ao mesmo tempo, permitem ao professor identificar a autenticidade e a autoria dos textos produzidos por seus alunos a qualidade no processo de formação e desenvolvendo habilidades e novos conhecimentos. Isso garante as possibilidades do comércio eletrônico também surgem valorizadas nos discursos do jovem internauta brasileiro pesquisado.

“É que agora, por exemplo, ao invés de ir a uma loja e comprar algo que você precisa, você faz a compra pela internet pela praticidade e as vezes, porque é até mais barato. Amizade também. Ao invés de se reunir para conversar, você pode fazer isso pelas redes sociais”.

Para os jovens internautas, o acesso à internet contribui ainda para conhecer outras culturas.

“Geralmente é mais fácil conhecer outras culturas também pela internet. Eu acabei conhecendo o K-pop, que é um pop coreano, que hoje é uma febre principalmente aqui em São Paulo”.

“Na escola, para fazer trabalho, não ir mais na biblioteca...Você baixa e já está ali para você”.

“Eu lembro que eu ia na biblioteca da escola, escrevia em uma folha de almaço e fazia trabalho e prova. Agora não. Está tudo acessível. Está lá à disposição, não preciso ir até a biblioteca ou vir aqui até a livraria. Pela internet eu posso baixar todos os livros da livraria também”.

“Eu, na faculdade, baixei todos os livros pela internet”.

“Você pode conhecer lugares sem ir. Você vai pesquisar no Google... Você vai conhecer coisas que você nem imaginava que existia”.

É interessante constatar ainda que especialmente para os jovens internautas das classes socioeconômicas C e D que participam da pesquisa, um certo fascínio por outras culturas, como a coreana lhes chegam especialmente através da internet. Essas informações pelas novelas, músicas e games e que, inclusive, chegam a despertar o interesse pelo aprendizado de línguas estrangeiras.

Também as possibilidades do comércio eletrônico surgem valorizadas nos discursos do jovem internauta brasileiro pesquisado.

4

VETORES DA PESQUISA:

#ODNADAJUVENTUDECONNECTADA

No capítulo 3 vimos que a posse, o acesso, o uso e as apropriações das tecnologias de informação e comunicação pelos jovens internautas brasileiros mostram-se produtos da influência de múltiplas e simultâneas mediações.



Para avaliar o papel mediador e a importância relativa de cada uma dessas condicionantes da conectividade e da interatividade dos jovens internautas brasileiros, a pesquisa aplicada a 1.440 internautas de todo o País incluiu um conjunto de 22 questões iniciais sobre os dispositivos que os jovens mais utilizam para acessar a internet e como a utilizam.

CONFIRA O QUESTIONÁRIO COMPLETO NO CAPÍTULO 9

É importante ressaltar que esse mesmo conjunto de perguntas foi utilizado para selecionar a amostra, eliminando dela os jovens que não apresentassem atividade digital minimamente representativa nos dois meses que antecederam a realização da pesquisa.

*Para estes casos, os vieses analíticos seguem principalmente a oferta de infraestrutura de acesso às tecnologias de informação e comunicação (TIC), sem perder de vista os aspectos socioculturais, demográficos e correlacionados ao desenvolvimento histórico e econômico das diferentes regiões brasileiras.

A MEDIAÇÃO DA CLASSE SOCIOECONÔMICA

De modo geral, quanto mais alto o status social do jovem, maiores e mais frequentes são os seus níveis de utilização das diferentes ferramentas da web.



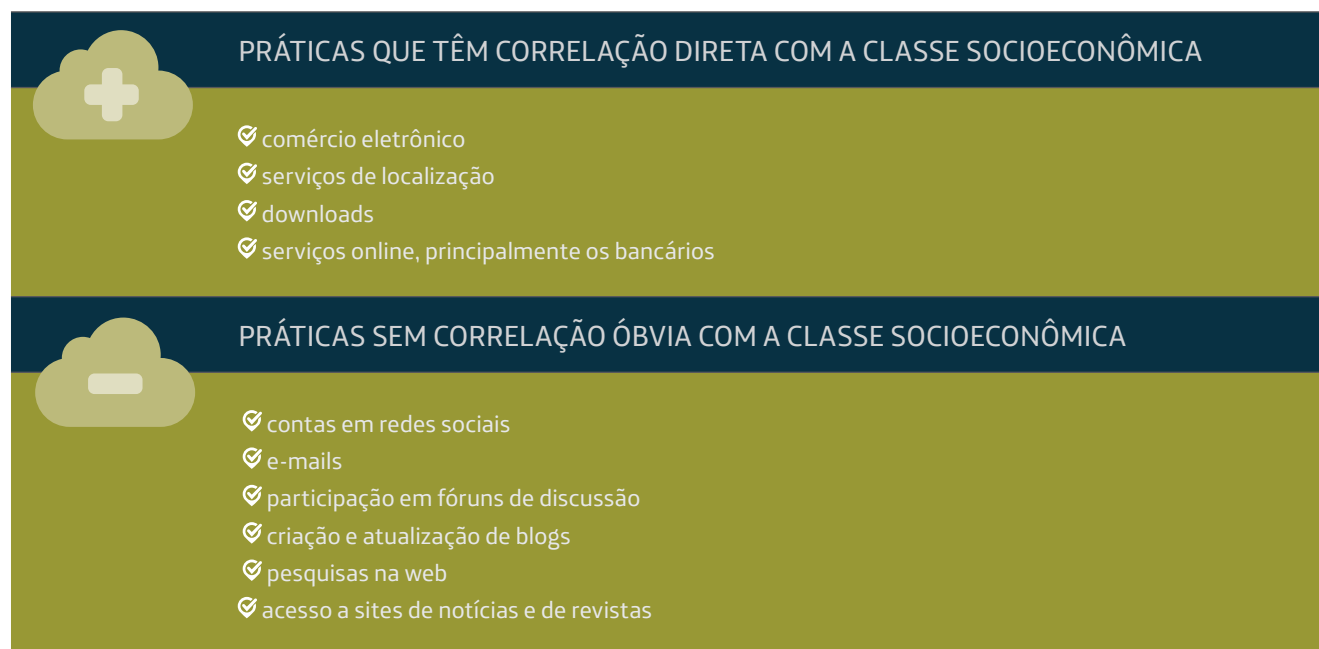
RAFAEL PARENTE

“Esta pesquisa mostrou que as classes A e B fazem um uso diferente das tecnologias do que as classes C e D. As classes A e B usam as novas tecnologias para se informar, buscar emprego, pagar contas. As classes C e D usam a internet para acessar redes sociais, jogos, bater papo com os amigos..”

A importância relativa da classificação socioeconômica deve ser entendida em um contexto ampliado de influências, para além das meras questões financeiras. Mais do que a diferença nos índices de posse e de acesso às tecnologias de informação e comunicação, elas também revelam comportamentos diferentes, construídos a partir das desigualdades culturais e sócio-históricas entre os diferentes status sociais da população brasileira – em especial no que diz respeito à Educação e ao trabalho.

Além disso, as diferenças regionais na oferta de infraestrutura e, conseqüentemente, da qualidade e preços dos serviços, contribuem para restringir o jovem de menor condição socioeconômica do consumo digital, limitando o número de horas disponíveis para a navegação e também a frequência com que realizam certas atividades digitais – chegando a inviabilizar as que requerem maior tempo e qualidade de conexão, como, por exemplo, fazer downloads de filmes e vídeos.

Para algumas práticas e atividades, a correlação com a classe socioeconômica surge transparente e direta. Em outros casos, porém, tais correlações podem parecer menos óbvias, considerando que tratam de serviços e ferramentas que poderiam ser facilmente acessadas a partir de dispositivos mais simples e de ferramentas e aplicativos de acesso grátis.



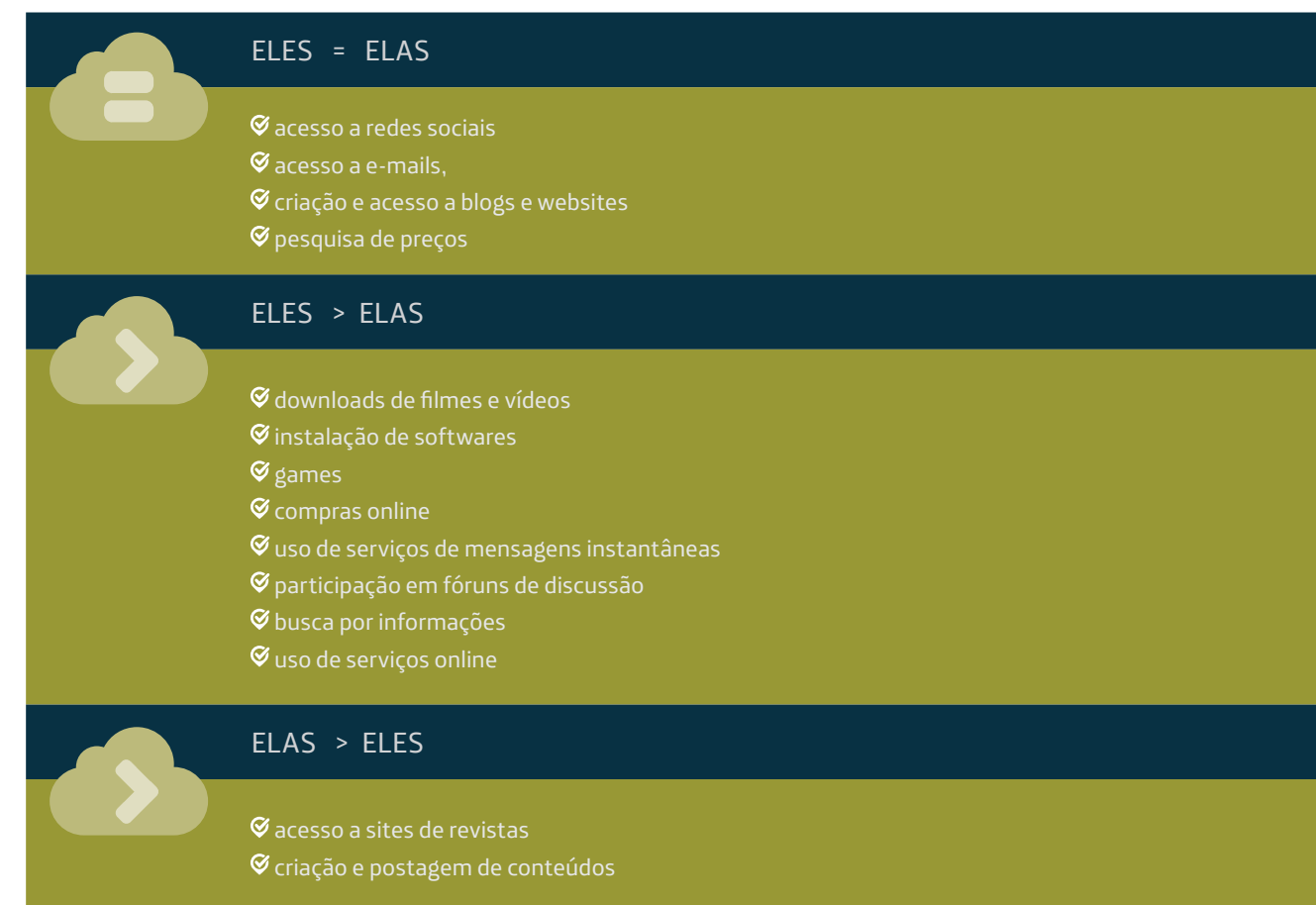
Nesses casos, mais do que a limitação dos recursos financeiros, são destaque que influenciam os níveis de preparo e de desenvolvimento de aptidões para a produção e para a recepção criativa de conteúdos culturais.

As divergências sociais entre as classes socioeconômicas no que se refere às práticas e frequências de uso das ferramentas digitais podem ser medidas, nesta pesquisa, tanto pelos índices de abstenção quanto pela intensidade de execução dessas mesmas atividades.

De modo geral, quanto mais baixa a classificação socioeconômica, mais alto se revelou o índice de não participação no uso das ferramentas digitais. Corroborando esta constatação, observou-se que, mesmo quando executadas pelo jovem de mais baixo status social, as suas práticas são sempre menos intensas do que as dos jovens de classes socioeconômicas mais altas – fato que é evidenciado por uma maior proporção de jovens das classes mais baixas que afirmam realizar determinadas atividades com frequência semanal ou mensal.

É importante ressaltar que tal fenômeno se revelou de maneira generalizada no conjunto das atividades digitais praticadas pela juventude conectada, desde aquelas com maior penetração neste universo populacional – como o acesso a redes sociais e e-mails –, quanto para outras sensivelmente menos praticadas por todos os jovens internautas brasileiros pesquisados, como o uso de serviços online e comércio eletrônico.

De um modo geral, diversos estudos e pesquisas relativas ao comportamento juvenil apontam que Elas tendem a serem mais ativas, participantes e engajadas em atividades de comunicação e relacionamento do que Eles – o que, no entanto, não se mostrou verdadeiro nesta pesquisa. Uma das prováveis razões é que o foco deste estudo são as ações mediadas por práticas digitais assíncronas (sem sincronia de tempo, como fóruns e mensagens de texto). Portanto, não se abordam comportamentos relacionais diretos como, por exemplo, à conversação telefônica, na qual seguramente – pelo que se sabe a partir de outras investigações – as jovens costumam superar os rapazes de mesma faixa etária.

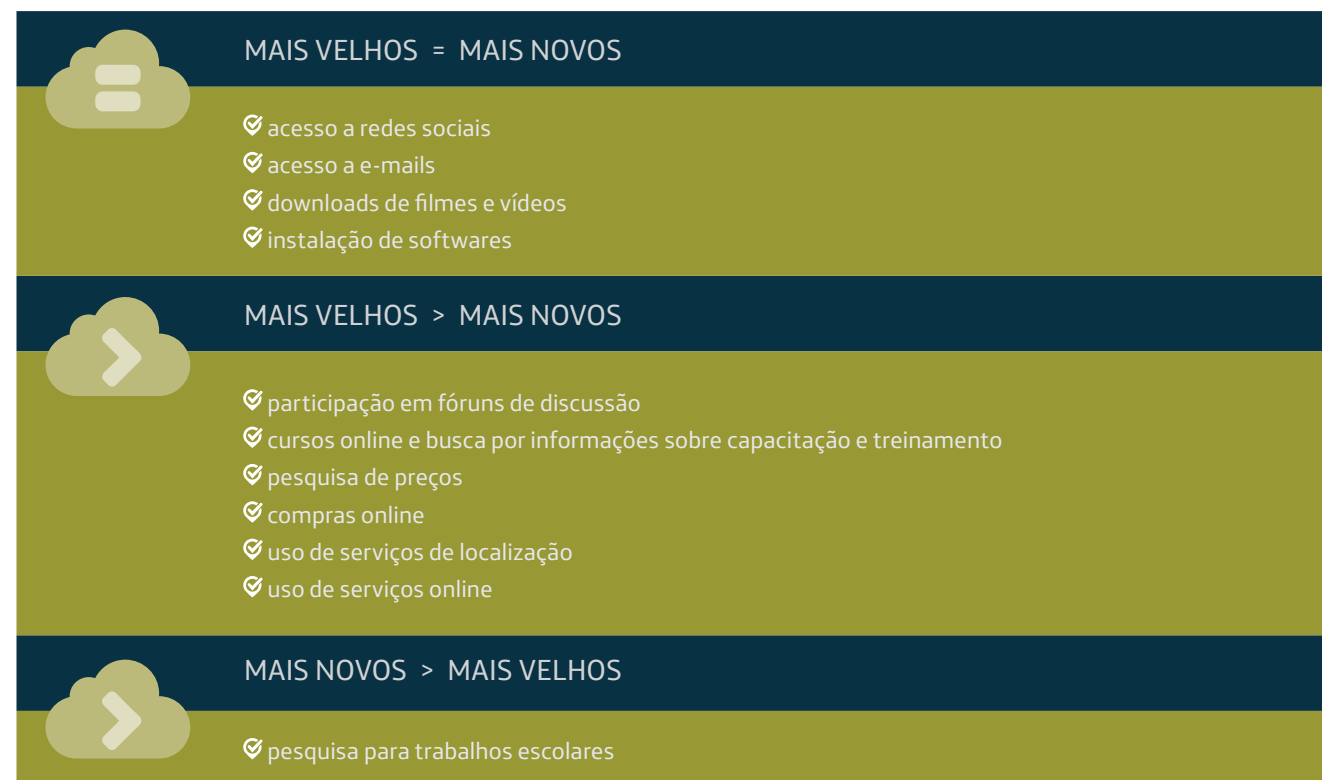


Interessante observar, portanto, que o conjunto de dados apurados nesta pesquisa tende a revelar novas facetas do jovem internauta do sexo masculino, que chega a superar as jovens em terrenos antes reconhecidamente dominados por elas, como os do relacionamento social e o das compras.

A MEDIAÇÃO DA FAIXA ETÁRIA

As diferenças entre as faixas etárias consideradas nesta pesquisa ativeram-se ao limite dos 18 anos de idade, maioridade civil e legal no Brasil. Neste sentido, o limite etário representa o ponto de transição social para a permissão do acesso a um grande número de atividades, tais como abrir e gerir contas bancárias e cartões de crédito, independente dos pais e/ou tutores e responsáveis, entre outros.

De modo geral, para as atividades e práticas de comunicação não se observaram diferenças estatisticamente significativas entre essas faixas etárias, à exceção do uso da ferramenta fóruns de discussão, categoria em que mais velhos mostraram uso mais intenso do que entre os mais jovens.



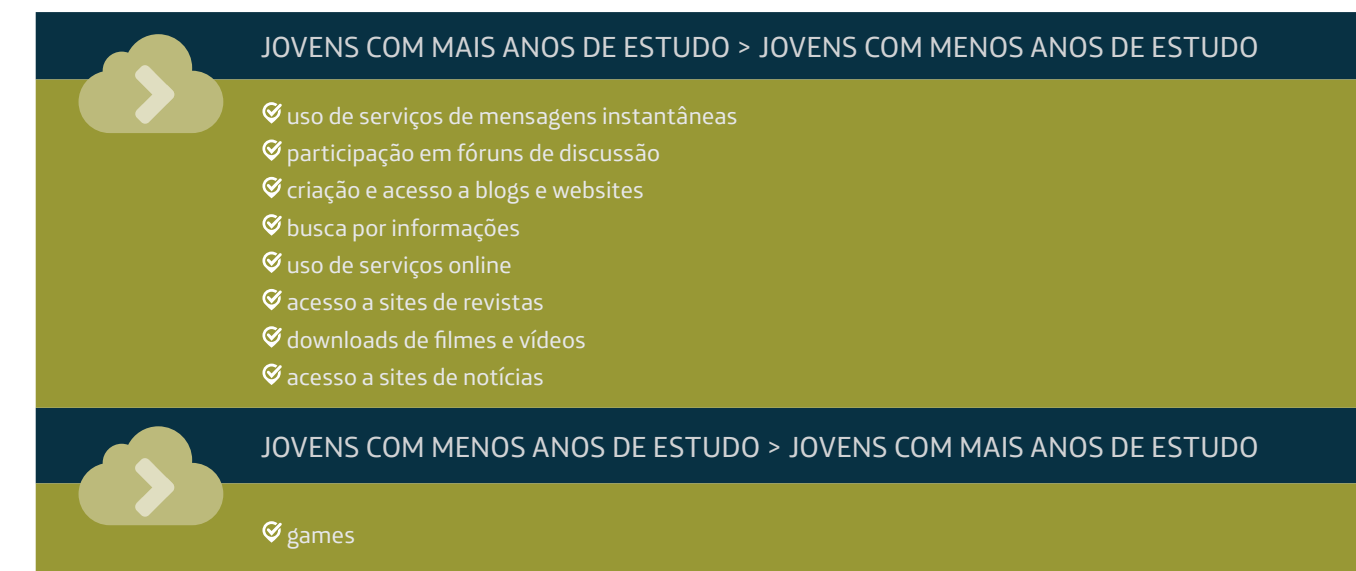
A MEDIAÇÃO DO NÍVEL DE ESCOLARIDADE

O aspecto social proporcionado pelo ambiente escolar contribui decisivamente para a intensificação tanto do acesso quanto da frequência de uso das redes sociais. Fenômeno relativamente semelhante foi encontrado em relação à checagem de e-mails, que adquire valores progressivamente crescentes de acordo com o aumento do nível de escolaridade. Neste caso, contudo, vale ressaltar que os mais jovens têm substituído o e-mail por outros canais de comunicação digital, como as redes e os games, sociais.

Já há alguns anos, o uso de e-mails vem caindo entre os jovens internautas, por ser uma ferramenta considerada cada vez mais morosa, focada em respostas formais, pouco dinâmica e sem a atratividade de opções como mensagens instantâneas, mensagens de texto e as interações feitas através de redes ou games sociais.

Nesse sentido, os jovens acreditam que o e-mail não atende mais as suas expectativas de comunicação e de trocas de mensagens que, segundo eles, devem ser executadas em formatos e modalidades mais próximos do tempo real, de maneira mais coloquial, ágil e informal. Eles buscam, assim, um texto breve, leve, solto e menos gramatical – um processo de que contribui para a superficialização das ideias, das mensagens e da própria expressão das emoções.

O e-mail passa, assim, a perder espaço na comunicação social e nos relacionamentos, sendo gradativamente confinado às esferas educacional, profissional e comercial, mais exigentes em formalidades, regularidades e processos, como, por exemplo, no e-commerce. Neste contexto, o e-mail se desajusta como ferramenta de uso prioritário frente à intensidade da vida social da juventude conectada.



Para todas as demais atividades, práticas e ferramentas digitais investigadas em relação ao lazer e ao entretenimento dos jovens, a mediação do nível de escolaridade mostrou-se significativa e fundamental, denotando que mesmo em se tratando de atividades recreativas, o estudo interfere decisivamente na capacidade de apreensão e desfrute das possibilidades oferecidas no e pelo mundo digital. A única exceção percebida referiu-se aos games, na qual os jovens de menor nível educacional mostram-se mais ativos, intensivos e frequentes do que os de ensino médio e os universitários.

Quando observamos as práticas relacionadas à educação, capacitação e treinamento podemos afirmar que o uso da internet como ferramenta de pesquisa de conteúdos de interesse escolar é fortemente concentrado no estrato superior de ensino, perdendo sua importância relativa como instrumento de suporte educativo nas categorias de ensino médio.

Situações que apontam no mesmo sentido foram também observadas para a realização de cursos online e à busca de informações sobre cursos. Finalmente, no que se refere ao e-commerce, se confirma a mediação significativa do nível de escolaridade do jovem internauta pesquisado. Assim, quanto mais elevado o nível escolar, mais intensas e frequentes revelam-se as práticas de pesquisar preços de produtos e serviços, quanto as de efetivamente adquiri-los.

A MEDIAÇÃO DO NÍVEL DE OCUPAÇÃO

Internet, escola e juventude desenvolvem uma longa e complexa teia de relações e interações entre si, muitas vezes marcadas pelos atritos e interditos, mas também pela busca e encontro de novas possibilidades educativas. O ponto mais visível e prontamente identificável desses aspectos colaborativos está representado no fenômeno, fartamente constatado na pesquisa, de professores que postam aulas e disponibilizam conteúdos informativos e tarefas utilizando-se das tecnologias de informação e comunicação (TIC). No entanto, as interações entre corpos diretivos, docentes e discentes no ambiente escolar sob a mediação da internet não se limitam a trocas de materiais didáticos. Muitas vezes, elas incluem relacionamentos extraescolares, mediados pelas redes sociais, que podem contemplar convites e incentivos à participação em mobilizações sociais e movimentos de rua, como será visto mais adiante.

De fato, diversos relatos dos jovens internautas pesquisados deram conta do envolvimento de professores e até mesmo de diretores de escola com os alunos pelas redes sociais:

“Eles adicionam a gente. Depende do professor”.

“Eu tenho até a diretora da escola. E tenho todos meus professores”.

“Eu tenho três professores”.

Interessante notar que o jovem, a princípio, tende a se mostrar aberto e receptivo à amizade e ao compartilhamento online de conteúdos com seus professores e outros membros da hierarquia escolar. Observa-se que o jovem é particularmente sensível às posturas dos professores e de outros profissionais do ambiente educativo nas redes sociais, valorizando a disponibilidade deles para orientar e tirar dúvidas por e-mail e Facebook.

A imagem da escola construída pelos jovens em suas falas mostra diferenças relevantes quando se consideram as diferentes classes socioeconômicas, especialmente quando se compara o que dizem aqueles que estudaram em acesso à escola pública e o público das escolas particulares. De maneira geral, os jovens das classes A e B de escolas particulares avaliam suas instituições de ensino como ambientes melhor estruturados e aparelhados para dar suporte à inclusão e ao uso produtivo das tecnologias digitais – tanto na sala de aula quanto nas relações educativas de modo amplo, o que inclui o compartilhamento e a realização de tarefas online ou mediadas pelo computador e pela internet.

Além disso, os professores são mais amplamente citados como elementos disponíveis, acessíveis e interessados no uso das tecnologias de informação e comunicação (TIC) nas escolas. Nestes casos, a escola foi mais amplamente associada a temas e contextos como “formação dos sujeitos”, “ética”, “cidadania” e “construção de futuros”.



“Eu acho que a escola vai muito além da formação básica de estudo. Ela ajuda a formar o ser humano como pessoa”.

“Também aprendemos a conviver em sociedade”.

“A escola nos ensina a ter ética e a respeitar o próximo. Nem todas essas coisas dá para aprender em casa”.

“Escola é essencial, ajuda na nossa formação profissional e psicológica. Formam a gente como pessoa”.

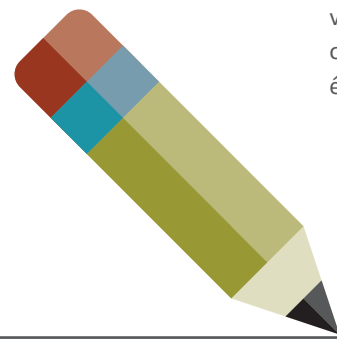
No sentido contrário, é interessante observar que para muitos dos jovens internautas das classes C e D a imagem da escola na maioria das vezes é associada à ludicidade e à diversão, muito mais do que à educação, aos estudos e ao desenvolvimento pessoal, ético e cidadão. Nesse sentido, é recorrente a associação da escola a palavras como: “divertida”, “louca”, “maneira” e “bagunçada”.

“Normalmente, os professores usam slides. Os mais velhos têm dificuldade com as tecnologias”.

Os jovens adolescentes das classes C e D relataram com frequência significativamente maior que os das classes socioeconômicas mais altas que em suas escolas o uso do celular é proibido em sala de aula. Sua utilização fica restrita aos horários de intervalo. Houve inclusive registro de atitudes mais drásticas por parte de professores.

“A minha professora tira a bateria e coloca o celular em cima da mesa”.

Pelos relatos dos jovens internautas das classes C e D ouvidos nos focus groups, a imagem que emerge da contribuição da escola para as suas respectivas educação e formação restringe-se ao preparo para a vida profissional, em especial à capacitação para os exames vestibulares. Poucas referências – constatando-se até mesmo depoimentos em sentido contrário – são feitas quanto ao papel da escola na formação dos jovens cidadãos. A escola é, essencialmente, lugar de aquisição de conteúdo útil para provas acadêmicas.



“Na verdade, quando os alunos vão à escola, eles não têm consciência de futuro, de que um dia vão ter uma família, que vão precisar desse aprendizado no futuro, para entrar em uma instituição, concorrer à USP... Ou que vão precisar fazer uma bela redação, saber muito bem matemática... Eles não estão nem aí”.

“Eu só queria saber de jogar o campeonato da escola. [...] não dei a mínima para muitas matérias que a professora de matemática passou: preferi bagunçar. E, quando eu cheguei à faculdade, fiquei vagando na aula. Você só sente falta quando a vida te mostra, é inexplicável. Às vezes, tento conversar sobre isso com meu irmão, mas não adianta. Ele tem 11 anos ainda... Eu só senti falta quando precisei”.

“Eu tive uma professora de física, era até interessante. Quando começou aquela história de ensinar matéria com música, ela pegou vários vídeos, fez a gente cantar... E realmente conseguimos aprender. Então achei bem mais interessante, descontraí a sala de aula, porque para lidar com adolescente não dá pra ser regrado. Se você descontrair, você consegue entender com mais facilidade”.

Na elaboração da imagem ideal da escola em relação às tecnologias de informação e comunicação, os jovens internautas, de modo geral, não se mostraram muito arrojados, sonhadores ou especialmente empolgados com mudanças significativas. Também eles encontram-se formatados para exigir o mínimo do ambiente que deveria proporcionar grandes transformações em suas vidas.

“Um computador no lugar de caderno. Um computador, um tablet. Não precisa ser tudo isso, não. Só precisa que o Wi-Fi seja melhor”.

“Eu acho que tinha de bloquear as redes sociais e liberar a internet para os alunos. Por exemplo, se você está no meio da aula e o professor precisa que a gente faça uma pesquisa, podemos fazê-la ali mesmo”.

“E você não vai chegar cansado do colégio, porque leva livro, leva mochila...Tem gente que vai direto do trabalho: eu, por exemplo, saio do trabalho eu vou direto para o colégio”.

A MEDIAÇÃO REGIONAL: INFRAESTRUTURA E ASPECTOS SOCIOCULTURAIS

No comparativo entre regiões, foram os jovens que vivem nas capitais do Nordeste que demonstraram maior intensidade de acesso às redes sociais. Nessa região do País, 66% dos jovens declarou acessar ao menos uma de suas contas em redes sociais mais de uma vez ao dia – um percentual registrado tanto entre os moradores das capitais quanto das cidades do interior.

PARCELA DOS JOVENS QUE ACESSAM REDES SOCIAIS MAIS DE UMA VEZ POR DIA



61%
NORTE
63% no interior
60% nas capitais

66%
NORDESTE
66% nas capitais
66% no interior

60%
SUDESTE
68% nas capitais
52% no interior



40%
CENTRO-OESTE
47% no interior

39%
SUL
41% no interior



Comparando as diferentes ferramentas e usos possíveis da internet para atividades de comunicação, a juventude conectada brasileira está distribuída segundo o panorama a seguir:

FREQUÊNCIA COM QUE OS JOVENS UTILIZAM

- MAIS DE 1x AO DIA
- TODOS OS DIAS
- 1x AO DIA OU QUASE TODOS OS DIAS
- SEMANALMENTE
- NUNCA



1 E-MAIL
48%

dos que vivem nas
CAPITAIS DO SUDESTE
●●●●●

46%
dos que vivem nas cidades
do INTERIOR DO SUDESTE
●●●●●

22%
dos que vivem no
CENTRO-OESTE

21%
dos que vivem no
NORDESTE

20%
dos que vivem
no SUL
●●●●●



2 O SMS é a ferramenta de comunicação preferida dos jovens das regiões Norte e Nordeste: 52% em ambos os casos.

3 Os jovens que menos usam ferramentas para criar e atualizar blogs vivem no Nordeste: 61% deles declara nunca utilizá-las.

4 Nas regiões Sudeste e Sul se concentram os maiores índices de uso dos serviços de localização mais de uma vez ao dia, todos os dias ou quase todos os dias – provando que há forte correlação com o aumento da urbanização e da metropolização das cidades.

5 SERVIÇOS ONLINE

74%
dos que vivem no
INTERIOR DO NORDESTE

57%
dos que vivem nas
CAPITAIS DO NORDESTE

67%
dos que vivem no
INTERIOR DA REGIÃO NORTE

60%
dos que vivem nas
CAPITAIS DA REGIÃO
NORTE
●●●●●



6 Quando analisadas atividades como assistir filmes, vídeos e outros produtos culturais, a frequência diária ou quase diária mostrou-se relativamente homogênea para os jovens de todo o País. Contudo, há forte concentração na região Centro-Oeste, onde atingiu 44% (42% nas cidades e 48% no interior).

Em todas as regiões, os jovens do interior assistem mais filmes, vídeos e ouvem músicas pela internet diariamente do que os moradores das capitais, o que pode estar relacionado à maior oferta e disponibilidade de opções de lazer e entretenimento nessas cidades.

7 DOWNLOADS:
35%
dos que vivem nas
CAPITAIS DO SUDESTE



14%
dos que vivem nas
CAPITAIS DO NORDESTE

15%
dos que vivem nas
cidades do INTERIOR
DA REGIÃO SUL



8 SITES DE REVISTAS

10%

dos que vivem nas
CAPITAIS DO SUDESTE



19%

dos que vivem nas
CAPITAIS DO SUL

18%

dos que vivem nas
cidades do INTERIOR
DO SUL



9 A maior concentração de internautas que acessa sites de notícias mais de uma vez ao dia está nas capitais das regiões Sudeste (26%) e Centro-Oeste (24%).

10 BAIXAM E INSTALAM
SOFTWARES

12%

dos que vivem nas
CAPITAIS DO SUDESTE



22%

dos que vivem no
CENTRO-OESTE

21%

dos que vivem no SUDESTE



11 Os maiores índices relativos de leitura diária ou quase diária de e-books são dos jovens conectados do interior da região Sul (17%) e das capitais do Sudeste (15%).

12 Dentre os jovens que criam conteúdos digitais mais de uma vez ao dia, a maior concentração está nas regiões Sul (21%) e Sudeste (19%). Nos dois casos a prática foi verificada mais fortemente nas capitais: 27% e 25%, respectivamente.

13 JOGAM GAMES

25%

dos que vivem nas
CAPITAIS DO SUDESTE



45%
dos que vivem
nas CAPITAIS DO NORTE

43%
dos que vivem
nas CAPITAIS DO CENTRO-OESTE



14

54% da juventude conectada brasileira não faz compras de produtos ou serviços online. O comportamento observado para os jovens habitantes das regiões Sul (66%), Centro-Oeste (64%) e Norte (62%) mostrou expressivo distanciamento dos jovens moradores do Sudeste (48%) e Nordeste (54%).

15

FAZEM COMPRAS ONLINE

26%

pelo menos
uma vez por mês

9%

toda semana



7%

fazem quase
todos os dias

4%

mais de uma
vez ao dia



16

NÃO PESQUISAM PREÇOS ONLINE

29%

dos que vivem
no SUL

25%

dos que vivem no
NORDESTE

17

QUE PESQUISAM PREÇOS ONLINE

30%

pelo menos uma vez
por semana

22%

todos os dias ou
quase todos os dias

17%

pelo menos uma vez por
mês ou menos

12%

mais de uma
vez ao dia



A MEDIAÇÃO DA URBANIDADE E DA METROPOLIZAÇÃO

As práticas digitais da juventude conectada brasileira parecem revelar um significativo vínculo com o conjunto de valores e sensibilidades decorrentes da urbanização/metropolização das cidades onde vivem esses jovens. Independentemente da classe econômica, gênero ou de outras mediações, a tendência é que os maiores índices e frequências da prática ativa de ações na internet se concentrem entre os jovens habitantes das capitais, das regiões mais populosas do País. Assim, tais evidências empíricas devem buscar apoio na teoria relativa ao desenvolvimento de um novo *sensorium*, de novas sensibilidades, identidades, hábitos e comportamentos que surgem e florescem na e com a metropolização da vida.

Para Jesús Martín-Barbero (2007), as cidades movimentam estratégias simbólicas, que se materializam nos e pelos dispositivos da visibilidade e da vigilância. Nas cidades, somos todos cada vez mais visíveis e, também, cada vez mais vulneráveis às perseguições vigilantes do poder, “cuja expressão máxima encontra-se na internet”*. O autor considera ser necessário “romper com a visão imperante que opõe dualisticamente a territorialidade à espacialidade”**. Assim, torna-se preciso introduzir debates sobre novos modos de pensar essas dimensões plurais, na busca de encontrar novas orientações para a percepção, para a sensorialidade e para a racionalidade, em um mundo no interior do qual as experiências e o conhecimento não podem mais ser percebidos como unificados e unificadores. As cidades trazem consigo novas formas de estar juntos, novas trajetórias e entrecruzamentos, heterogeneidades, diferentes oralidades e intermedialidades.



* MARTÍN-BARBERO, Jesús. Novas visibilidades políticas da cidade e visibilidades narrativas da violência. **MATRIZES**, São Paulo, n.1, p. 27-39, out./2007. p.35-3.
** MARTÍN-BARBERO, Jesús. As novas sensibilidades: entre urbanias e cidadanidas. **MATRIZES**, São Paulo, n.2, p. 207-215, abril de 2008 p. 208.

5

OS EIXOS DA PESQUISA

#FOCOSPRIORITÁRIOSDAPESQUISA

COMPORTAMENTO, EDUCAÇÃO, ATIVISMO E EMPREENDEDORISMO: #FOCOSPRIORITÁRIOSDAPESQUISA

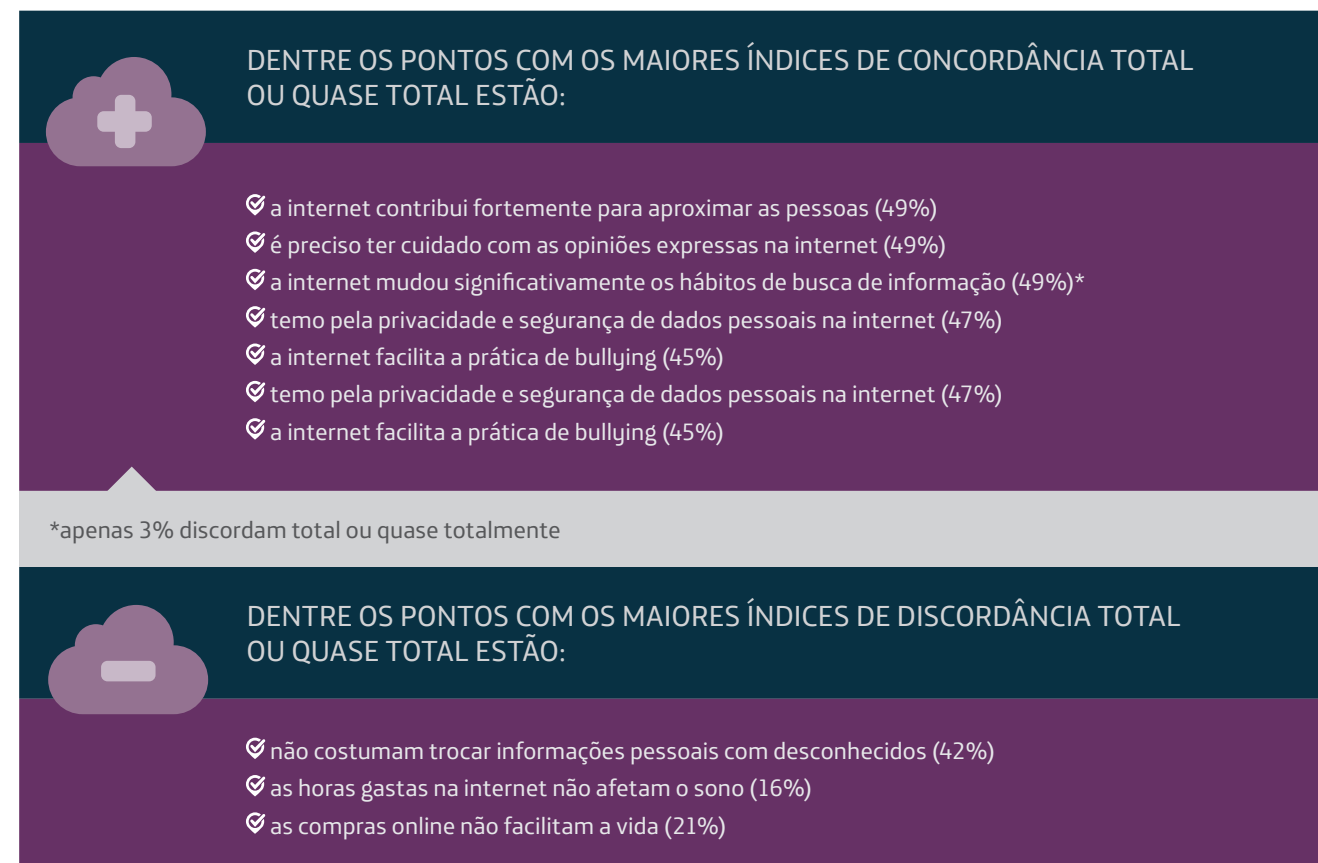
A pesquisa sobre acesso, usos e apropriações das tecnologias de informação e comunicação pela juventude conectada brasileira foi estruturada em quatro eixos fundamentais de investigação: **comportamento, educação e aprendizagem, empreendedorismo e ativismo**. Para cada um deles foram elaborados diferentes conjuntos de questões e enunciados, posteriormente submetidos à apreciação dos jovens pesquisados em campo, e que tiveram como objetivo avaliar atitudes e comportamentos em relação aos assuntos abordados, captando impressões e tendências. Os principais resultados obtidos em cada uma dessas categorias são descritos e comentados a seguir.

#COMPORTAMENTO

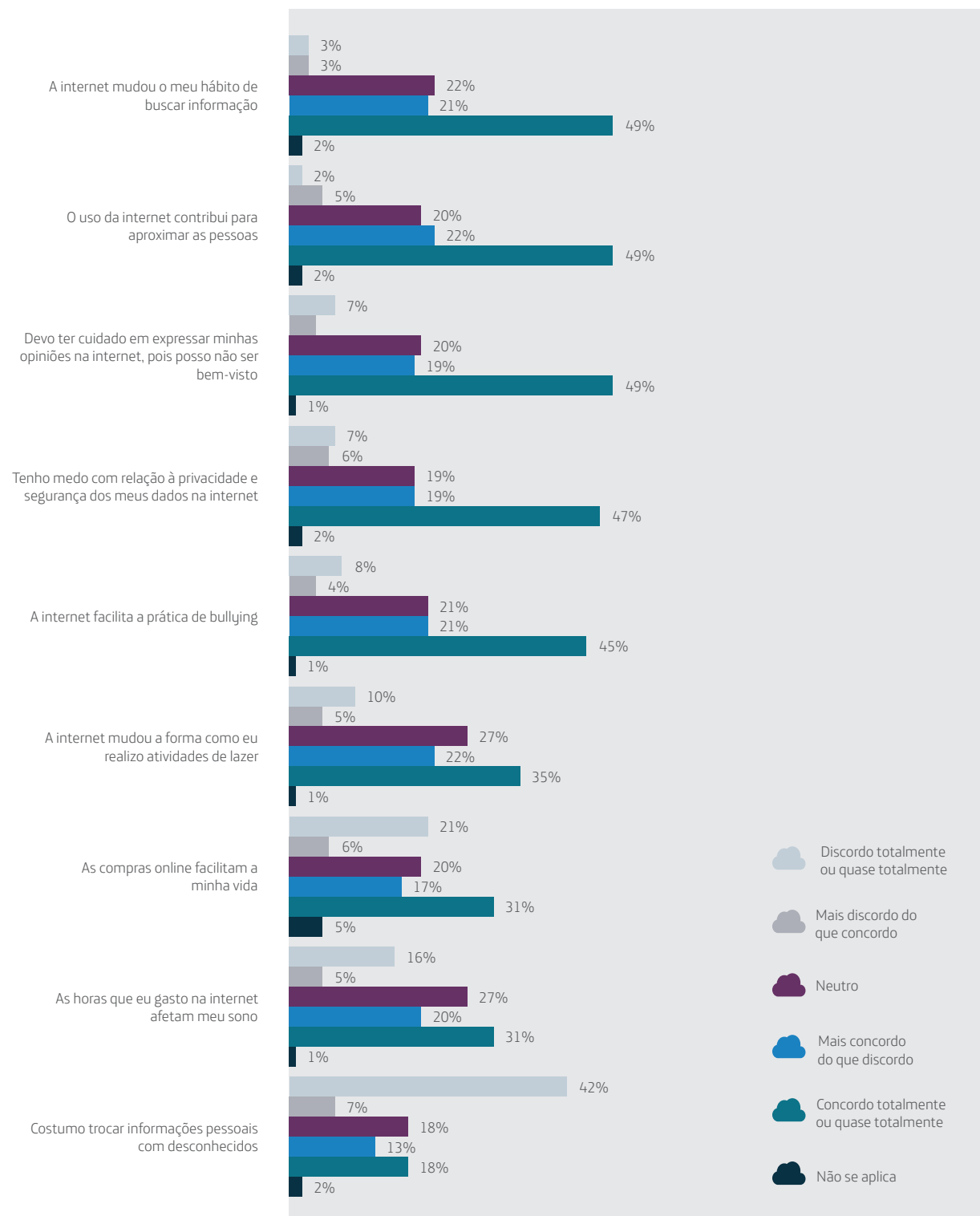
Para avaliar posicionamentos, valores, comportamentos e atitudes do jovem internauta brasileiro, foi apresentado um conjunto de enunciados para os quais ele foi convidado a dar notas variando de zero a dez, expressas da seguinte maneira:

	Notas
Concordância total ou quase total	10 e 9, respectivamente
Mais concorda do que discorda	7 e 8
Neutralidade	6, 5 e 4
Mais discorda do que concorda	2 e 3
Discordância total ou quase total	0 e 1, respectivamente

Os resultados obtidos **sugerem a prevalência de um panorama constituído mais pela diversidade de comportamentos e atitudes do jovem brasileiro conectado do que pela homogeneidade e consenso**. Conforme vem sendo explorado ao longo de toda a pesquisa, tal ordem de diferenças deve-se, essencialmente, à decisiva influência de um conjunto ampliado de mediações, entre as quais se destacam, como vimos: gênero, classe socioeconômica, nível de escolaridade, aspectos socioeconômicos e culturais da regionalização e graus de urbanização e metropolização, entre outros.



COMPORTAMENTO DA JUVENTUDE CONECTADA BRASILEIRA

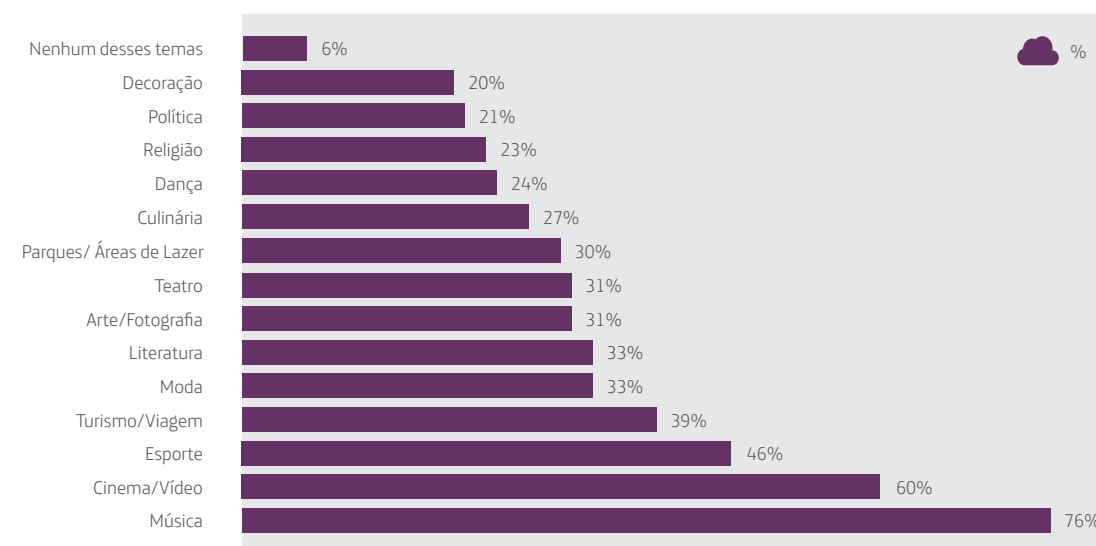


ASSUNTOS DE INTERESSE

Curiosamente, apenas pouco mais de 1/3 dos jovens conectados do Brasil concordaram total ou quase totalmente com a colocação de que a internet tenha mudado a forma como as suas atividades de lazer e entretenimento são realizadas. Lembrando, como mostrado anteriormente, que esse conjunto de atividades representa a segunda mais importante categoria de ações desempenhadas pelos jovens conectados – inferior apenas às comunicações interpessoais – era de se esperar que as respostas neutras ou negativas em relação a essa questão surgissem de maneira menos expressiva.

O gráfico a seguir elenca, de modo decrescente, os temas sobre os quais os jovens conectados mais utilizam a internet para se informar (a questão permitia eleger mais de uma resposta):

USO DA INTERNET PARA A OBTENÇÃO DE INFORMAÇÕES



Pode-se observar que o interesse despertado pela política é bastante restrito para o jovem internauta brasileiro, superando apenas o revelado pelo assunto Decoração.

Interessante ressaltar que os hábitos do consumo de informação mostraram elevado grau de homogeneidade entre as diferentes regiões brasileiras, independente do fato de se tratarem de moradores das capitais ou do interior. Mas existem diferenças, como por exemplo:

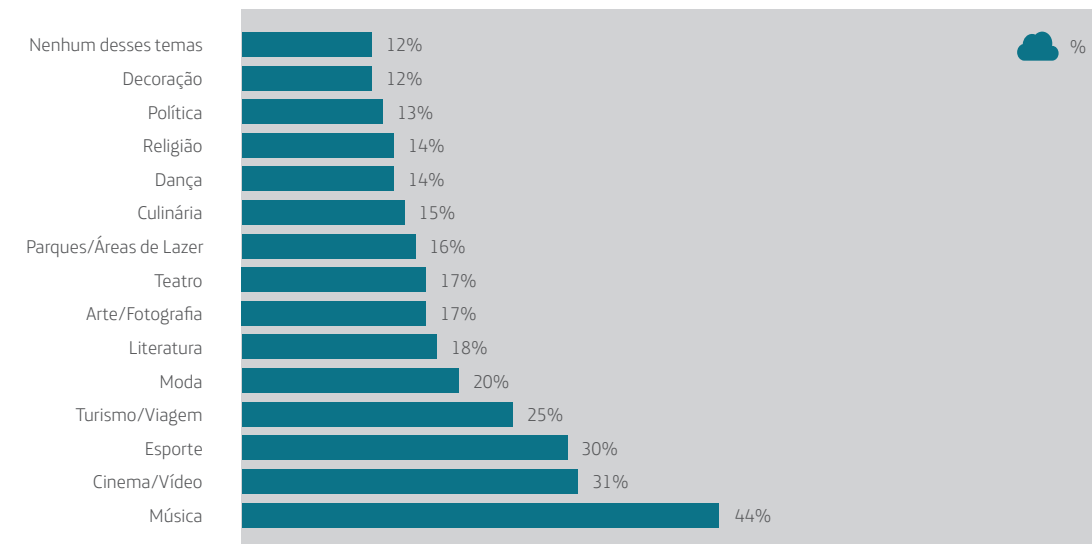


- 1 Embora existam diferenças nos valores quantitativos nos índices observados, não há alteração na ordem de preferência para os itens Música, Cinema/Vídeo, Esporte e Turismo/Viagem. A única exceção foi identificada para os jovens do Centro-Oeste, onde o interesse por **Moda** aparece na **quarta posição** (com participação porcentual relativa de 41%), superando aqueles revelados para Turismo/Viagem (37%) e para Literatura (35%).
- 2 Os jovens moradores das regiões **Norte** (29%) e **Centro-Oeste** (28%) se interessam por **Política** em níveis mais intensos que os das demais regiões brasileiras. No caso da região Norte, a participação das preferências nas capitais eleva-se para 38%*, e no caso do Centro-Oeste é nas cidades do interior que se observa elevação relativa, com a mesma atingindo representatividade de 31%.
- 3 O interesse dos jovens do **Centro-Oeste** e do **Sul** por **decoração** superam os demonstrados por religião.
- 4 Os jovens do **Nordeste** são os mais interessados em informações sobre **Música** (80%) e **Esportes** (52%), entre todos os pesquisados.
- 5 Já os jovens que residem nas **capitais da região Norte** (43%) e da **região Centro-Oeste** (44%) são os que mais se destacam, em relação aos demais, na busca de informações na rede sobre **Literatura**.
- 6 É no **Sudeste** que se concentra o maior índice de pesquisas sobre **Turismo/ Viagem** (42%), **Teatro** (38%, chegando a 43% nas capitais), **Parques e Áreas de Lazer** (33% e 34% nas capitais), **Dança** (26%) e **Religião** (28%).
- 7 Os jovens moradores da região **Sul** foram os menos significativos em relação às buscas de todas as categorias de informações discriminadas na pesquisa. Em consequência disso foram também os que declararam com maior intensidade **não se interessar pela pesquisa de nenhum dos itens relacionados**, com porcentual médio de 14% nas capitais e de 15% nas cidades do interior.
- 8 Além de moda (42%), os interesses por informações sobre **Decoração** (22%) e **Culinária** (30%) também destacam os jovens internautas da região **Centro-Oeste**, denotando um nível mais intenso de preocupação com as questões da estética, do morar bem e da exploração dos prazeres domésticos da culinária.

*Seguramente, no caso da região Norte, há que se ressaltar a grande presença de funcionários públicos na constituição das populações economicamente ativas das capitais dos novos estados originados dos antigos territórios, o que faz com que os fatos políticos sejam essencialmente relevantes para o cotidiano das famílias, de onde deve originar-se, ao menos em parte, o interesse das juventudes locais por tais temas.

Quando questionados sobre o uso da internet para a divulgação, criação e ou produção de eventos e conteúdos, os jovens conectados brasileiros revelam que seus assuntos ou temas preferidos são, em ordem decrescente de importância relativa:

USO DA INTERNET PARA DIVULGAR, CRIAR, PRODUZIR EVENTOS OU CONTEÚDOS



Cabe destacar que 30% dos jovens pesquisados afirmou não utilizar a internet para divulgar, criar ou produzir nenhuma das categorias de eventos ou conteúdos apontadas no questionário.

As três principais categorias apontadas para a divulgação, criação ou produção de eventos e conteúdos – **Música, Cinema e/ou Vídeos e Esportes** – coincidem, na mesma ordem, com os temas também mais pesquisados pelos jovens conectados. De uma maneira geral, os temas sobre os quais os jovens mais intensamente buscam informações na internet são também os mesmos sobre os quais ele costuma divulgar, criar ou produzir eventos/ou conteúdos, **demonstrando uma ordem coerente de prioridades de interesses culturais, informativos e recreativos**.

Ainda nesta mesma direção, **a religião ganha maior relevância relativa na produção de eventos e conteúdos quando comparada com os interesses de pesquisa por política** do jovem na internet.

Finalmente, cabe destacar que tanto como interesse de pesquisa, quanto como assunto de divulgação, criação ou produção de eventos e/ou conteúdos, **os quatro temas menos atraentes para os jovens conectados do Brasil são: Decoração, Política, Culinária e Dança.**

Em termos regionais, pode-se observar que **os três temas de maior interesse** para os jovens brasileiros conectados, quando se trata da divulgação, criação ou produção de eventos e conteúdos, ainda que variem a intensidade das preferências, não alteram a ordem hierárquica em que foram citados. Assim, **independentemente da região do País, a juventude conectada produz e faz circular conteúdos relacionados a Música, Cinema e Vídeo e Esportes.**

AS DIFERENÇAS REGIONAIS MAIS RELEVANTES IDENTIFICADAS SÃO:

- 1) Em relação a Música, Cinema e Vídeo, os jovens do Sudeste revelam-se mais ativos do que os jovens de outras regiões do País. Já quanto a esportes, tendem a se igualar ao comportamento dos jovens habitantes da região Centro-Oeste.
- 2) A região Sul foi a que revelou o **maior índice de abstenção em relação à criação, divulgação e produção de eventos e conteúdos** relacionados como itens de investigação: 39%, ante os 30% obtidos para a média nacional, **chegando a 40% nas cidades do interior.**
- 3) Coerentemente com o apontado na investigação dos assuntos mais pesquisados na internet, a **política** destaca-se como assunto de interesse também na produção de eventos e conteúdos para os moradores das **capitais da região Norte (18%) e do interior do Centro-Oeste (18%).**
- 4) Os jovens internautas que vivem nas **capitais do Nordeste** destacam-se, em relação aos demais, quando o tema dos eventos e conteúdos produzidos e distribuídos referem-se à **Literatura.**

CONECTIVIDADE GERA AFETIVIDADE

O uso da internet para promover a aproximação de pessoas não é posição assumida consensualmente entre os jovens internautas brasileiros. Existe uma ampla faixa de opiniões neutras ou menos fortemente definidas em relação ao tema, ainda que as ações de comunicação interpessoal sejam as mais intensamente praticadas pelos jovens brasileiros na internet.

CONSIDERANDO-SE O COMPORTAMENTO INTER-REGIONAL, OBSERVOU-SE QUE:



Interessante observar no discurso dos jovens entrevistados a opinião de que a internet, apesar de ajudar a conhecer um maior número de pessoas, é contraditoriamente representada em diversos momentos como ferramenta e elemento de isolamento e de perda do contato social.

“...todo mundo ia na casa de todo mundo e tinha vontade de ficar na rua, brincar. Agora não, você anda na rua e as crianças já têm celular moderno e a maioria fica na internet”.

“É que se fosse para ir somente na casa da pessoa, você não iria, agora você fala com pessoas de cada canto de São Paulo e de outros estados e até de outro País sem precisar sair, conhecer a pessoa de frente”.

“Antigamente eu vivia brincando, conversando no portão... Agora, a rua é deserta”.

“Mudou muita coisa, antes era mais social, vivia na rua com o pessoal... agora só de vez em quando que paro na rua”.

“Brincava mais com os amigos e assistia muita televisão, tinha mais relação física com as pessoas”.

“Eu conversava mais com a minha mãe, via mais tv, escutava rádio com mais frequência”.

“Passei a brincar menos com meus ‘amigos reais’”.

O contato físico com os amigos é mencionado como importante fator de estreitamento e fortalecimento das relações interpessoais:

“Eu acho que você se reunir fisicamente toda semana fortalece a amizade. Não sei, é aquela coisa da emoção..”.

No entanto, as condições da vida urbana, caracterizadas pelas grandes distâncias e dificuldades de locomoção e, ainda, pelas dificuldades de fazer coincidir agendas de disponibilidades dos jovens, fazem com que os contatos pessoais acabem se espaçando, diminuindo de intensidade ou mesmo deixem de existir. O jovem internauta considera que com as facilidades proporcionadas pela internet todos acabam ficando preguiçosos.

“As pessoas estão mais preguiçosas para o contato pessoal”.

“As pessoas hoje estão muito cômodas, não querem mais sair de casa para nada”.

Observa-se, portanto, uma autoavaliação crítica, e às vezes até mesmo pejorativa, que aponta para a acomodação e a desistência do próprio jovem em buscar contato presencial com os amigos – ainda que este seja considerado relevante para o cultivo da amizade e da interação social. De acordo com este discurso, o contato físico presencial toma contornos de afetividade, calor e emoção, características estas subtraídas das falas à respeito das conexões digitais:

“Chego a brigar com meus amigos para fazer eles enxergarem que estamos lá, que precisamos aproveitar o momento e não ficar no celular”.

“Eu acho que os jovens perderam um pouco aquela coisa do respeito, da amizade, da emoção... e de encontrar com os amigos, ter um tempo para. Hoje em dia as pessoas estão usando muito as palavras e pouco aquela coisa de se encontrar, aquela emoção de olhar olho no olho”.

Parte da contradição expressa pelos jovens internautas pesquisados – que aponta ao mesmo tempo para a internet como intensificadora dos contatos e distanciadora da afetividade e da sociabilidade – é esclarecida pela discussão da perda da qualidade dos relacionamentos no âmbito da rede mundial de computadores, muitas vezes apontados como superficiais, passageiros e inconstantes:

“Eu não dou muita atenção porque não conheço. Por mais que seja aquela conversa meio tosca, não dou muita atenção. Eu procuro saber, dou uma olhada no perfil para ter noção de quem estou falando. Fora isso..”.

“As pessoas te adicionam e só porque vocês têm cinco amigos em comum, acham que você tem o dever de aceitar”.

Neste contexto, a volubilidade e a volatilidade dos relacionamentos são acentuadas em algumas das falas coletadas:

“Você vê a foto do perfil e pensa ‘vou adicionar’, mas depois você vê a pessoa e... ‘vou excluir’”.

“É fácil, você acaba ligando as pessoas. Pode ter alguém do outro lado do mundo e você está aqui, você conversa com essas pessoas porque tem a internet”.

Cabe ressaltar, contudo, que a internet aparece como facilitadora dos contatos e expansão do ciclo social de relacionamentos, especialmente para localidades longínquas, às quais o jovem internauta provavelmente teria dificuldades de acesso.

“A gente pode conhecer pessoas até que nunca vai ver, que nunca viu”.

“Muita gente que não tem chance de viajar tem pelo menos a oportunidade de conhecer um pouco”.

“Já viajei para vários lugares do Brasil pra conhecer pessoalmente pessoas com quem tive contato pela internet”.

“Casei com uma pessoa que conheci na internet. Há cinco anos, 100% dos relacionamentos sérios que tive começaram, de algum modo, pela internet”.

“O que muda é que você passa a conhecer muita gente por ali também, algo antes impensável. Tenho amigos online de mais de cinco anos”.

“Existe a facilidade de encontrar pessoas mais receptivas pela internet e também a facilidade de você poder ser quem você quiser no mundo virtual”.

“Até com quem você tem contato real, quando precisa dizer algo, muitas vezes prefere fazê-lo online. Vejo essa diferença”.



RODRIGO NEJM

“Existe a questão de estar entre os pares, onde a galera está. Isso é pertencimento social, reconhecimento social: se todo mundo está, eu também tenho que estar. É o que hoje faz do Facebook um ponto de encontro muito importante, que complementa o recreio da escola, o playground do condomínio, a quadra de futebol do bairro... E sabemos que cada vez menos temos espaços públicos de lazer seguros para a garotada frequentar.

O Facebook acaba sendo um pouco hobby, ponto de encontro e de conversas – mais do que a TV. É um espaço de liberdade para expressar a si mesmo, um novo formato para os antigos diários. Mas é importante entender que não se trata mais de um exercício introspectivo, solitário. O grande barato é você ter em tempo real o feedback do seu status, que é o que a gente busca como adulto. É saber que sou uma pessoa bacana, que sou bonito, se a roupa está legal, se meu estilo de vida está de acordo com o que eu gostaria, mas também com o que eu gostaria que meus colegas vissem. Isso acaba sendo muito fascinante para o adolescente que está construindo sua própria identidade, sua personalidade. Com esse retorno, o Facebook dá pistas e um certo conforto para o adolescente se desenvolver sendo aceito por um grupo. É o fascínio de estar junto e de ter o feedback do reconhecimento social”.

A IMPORTÂNCIA DA FAMÍLIA

Interessante notar que, ao mesmo tempo em que o jovem reconhece a si próprio como um internauta frequente e insaciável, seu discurso é revelador de uma crítica ao esvaziamento das relações familiares e domésticas frente à conectividade exagerada que deixa, cada vez menos, tempos e espaços disponíveis para o diálogo. Também é frequente que as críticas se dirijam especialmente aos membros mais jovens da família, em especial aos irmãos:

“Eu acho que a internet nos distancia um pouco das pessoas. Às vezes, falo com meu irmão e ele está tão vidrado no celular que nem presta atenção”.

“Eu acho que a internet é boa, mas também tem um lado ruim, que permite perder a intimidade: você fala com a pessoa sempre pela internet..”.

“Antigamente você conseguia se comunicar melhor com seu filho, sua filha tinha uma conversa; hoje não: a pessoa chega em casa com o celular na mão, fica no Facebook, não tem papo. Chega e vai direto para o quarto, para o computador. Acho que a internet distanciou um pouco o contato com a família. Minha mãe proibiu. Na hora do almoço, café e jantar na mesa, nada de celular”.

“Em casa a gente sempre teve essa coisa de sentar e conversar. É o único momento que temos para nos reunir, porque todo mundo trabalha. E minha mãe não gosta que esse momento seja atrapalhado. Eu e meu irmão conseguimos prestar atenção em duas coisas, falar com você e com a minha mãe ao mesmo tempo. A gente entende isso, mas ela não”.

A pesquisa evidencia que os jovens internautas pesquisados convivem e interagem cotidianamente, em suas conexões e postagens, com parentes de diversas gerações (avós, tios, primos, mãe e pai, irmãos mais novos e mais velhos). Isso traz diversificadas ordens de consequências, que vão desde a inibição e censura da publicação de conteúdos, até os atritos e eliminação definitiva das “amizades” com esses parentes nas redes sociais.

Os atritos e divergências familiares mais frequentemente observados envolvem irmãos e irmãs. Porém, costumam se estender a pais e mães, especialmente quando esses tendem a não levar a sério as interdições de publicação de temas e/ou fotos listadas pelos jovens. Nestes casos, geralmente, encontram-se impedimentos relativos à divulgação de imagens do jovem em determinadas fases da vida (a publicação de fotos de períodos em que estavam acima do peso, por exemplo, foi uma das situações mais citadas).

O acesso familiar às páginas, postagens e fotos do jovem nas redes sociais costuma trazer à tona aspectos de suas vidas que podem motivar comentários, críticas e outras consequências para a relação e o convívio familiar. Entre os episódios mais citados estão revelar que o jovem bebe, com quem sai ou namora, que tipos de lugares frequenta etc..

“Tenho amigos que postam qualquer coisa, eu não tenho coragem... Minha mãe tem Face, e não ia gostar de ver”.

“Eu temo mais a questão de família: às vezes, tem de ter tato para postar, porque tenho no Facebook a minha avó, as minhas tias, a minha mãe... Acho que só não tenho o meu pai. Minha mãe descobriu que eu bebia por causa de uma foto do Facebook. Já é aquele conflito. Eu não sei vocês, mas na minha família, dependendo do que eu posto, as primeiras pessoas a contestar são os familiares, eles exageram nos comentários..”.

Para os jovens internautas pesquisados, especialmente para os mais novos, fica evidente a prática da vigilância e do controle exercido pelos pais sobre seus hábitos de navegação na internet:

“Quando está no meu quarto, minha mãe fica tentando ver o que faço”.

Uma das formas mais frequentemente apontadas para burlar a fiscalização e o controle dos pais é a de apagar o histórico de navegação do browser utilizado.

REDES SOCIAIS: #EXAGEROEVÍCIO

Nas falas dos jovens internautas pesquisados, é recorrente a constatação da dependência cotidiana da conexão à internet e às redes sociais, sem as quais eles declaram “não conseguir viver” ou “nem conseguir imaginar a vida sem”. Nesse contexto, contudo, raras vezes foi possível observar uma nítida percepção negativa das práticas individuais excessivas em relação ao mundo digital.

“Sei lá, tem coisas que devem ser aproveitadas sem ficar vidrado numa telinha”.

“A primeira coisa que fazemos é ligar o Wi-Fi pra poder usar a internet”.

“Quando nos encontramos, fica cada um no seu celular”.

O uso da internet, principalmente através de sua conexão via aparelhos celulares surge, então, para muitos deles, como uma atividade de tempo integral:

“Não vivo sem internet”.

“Acho que não ia conseguir ficar um dia sem internet..”.

“Eu estou conectada 24 horas por dia”.

"O tempo inteiro. No meu celular é 24h por dia".

"Todo mundo tem a necessidade de se conectar, parece que estão perdendo algo quando estão off-line".

"Eu posso não estar ali olhando toda hora, mas fico conectada o tempo todo.
"Como eu uso muito Twitter, posto coisas o tempo inteiro. Por exemplo, estou saindo de casa agora e estou postando uma música, uma frase que gosto bastante."..

"A gente fica praticamente o tempo todo na internet. Eu fico praticamente o tempo todo na internet".

"Toda hora tem alguém vendo uma notificação no Twitter, ou no Whatsapp".

"Sim, as pessoas não se comunicam mais a não ser que seja pela internet. Você só é alguém se estiver conectado 24h. Ninguém mais quer saber de ir à praça com amigos ou ler um livro".

"Acho que a facilidade de acesso a pesquisas e estudos se tornou também a preguiça de estudar. Está tudo na internet, você só copia e cola. Sem contar que com a internet, a distração também aumentou. É difícil alguém fechar a aba das redes sociais no navegador enquanto está estudando".

Neste contexto, o medo de criar dependência e vício em relação ao uso da internet torna-se uma ameaça constante e conhecida:

"Tenho medo de depender da internet".

Interessante ressaltar que a própria juventude chega a ser crítica em relação aos excessos de suas práticas cotidianas de conectividade, que acabam por fazê-los aproveitar menos as situações presenciais, o convívio com amigos, parentes e colegas e também as atividades culturais que eles próprios optam por presenciar:

"Nos shows e eventos ninguém mais pensa em assistir e apreciar o espetáculo, só querem tirar fotos para postar nas redes."

"Meu namorado até diz que sou viciada, porque eu quero ficar tirando milhões de fotos... Eu coloco quase um álbum".

Algumas formas de obsessão podem ser observadas também em relação ao comportamento do jovem que se aliena do ambiente físico frequentado e de suas possibilidades interacionais e relacionais para manter-se ocupado e conectado com as redes sociais, acompanhando o que os amigos estão fazendo e o que está acontecendo nos locais que eles tiveram de abrir mão de frequentar ao escolher um determinado programa:

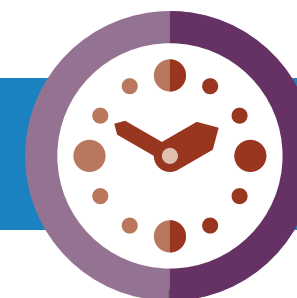
"Redes sociais me deixam ansiosa, porque sempre quero que alguém me responda ou interaja comigo".

"Tenho complexo de carência de 'curtida'".

"Com a internet é quase impossível ficar sem ter o que fazer".

O TEMPO DO SONO E DO DESCANSO EM CHEQUE

Essa questão visou conhecer o comportamento do jovem em relação ao repouso frente ao uso intenso da internet, perguntando:



"As horas que gasto na internet afetam meu sono?"

Importante constatar que **31% dos jovens concordaram totalmente ou quase totalmente com a afirmação**. Trata-se de um fenômeno relevante associado à saúde física, psíquica e emocional dos jovens que merece ser enfrentada com esclarecimentos e informações e adoção de medidas protetoras. Em todo o mundo, têm sido cada vez mais frequentes relatos de distúrbios causados pela exaustão pessoal na navegação. Neste contexto, programas e ações de saúde pública necessitam ser pensados e implementados visando ao esclarecimento e à proteção da juventude, na busca de uma vida equilibrada e saudável.

Uma parcela de 16% dos entrevistados disse discordar totalmente ou quase totalmente do enunciado apresentado na pesquisa, sendo que os níveis mais significativos foram registrados entre os jovens internautas do Nordeste (18% na média e 22% nas capitais) e das capitais da região Norte (19%).

Vê-se, portanto que, ao menos na avaliação dos representantes da juventude conectada pesquisada, o uso cotidiano ou regular da internet não é um fator que efetivamente compromete o sono e o descanso.

Considerando que outros dados da pesquisa revelaram uso ativo e intenso da rede mundial de computadores no cotidiano dos jovens internautas pesquisados, acredita-se que, para eles, tais práticas sejam mais plenamente naturalizadas, não configurando excesso ou rompimento de limites. Por outro lado, para os adultos – pais e profissionais responsáveis pela educação e pela saúde dos jovens – a compulsão pela conectividade à internet não é um aspecto irrelevante. Pelo contrário, sabe-se que o excesso do tempo gasto na rede pode interferir na produtividade desses jovens, alterando e prejudicando tanto a quantidade e a qualidade do descanso e do sono, quanto os próprios relacionamentos sociais e afetivos.

Novas doenças relacionadas ao uso obsessivo da internet surgem e são catalogadas com frequência, como, por exemplo, a nomofobia – originária dos termos em língua inglesa *no mobile* – que designa o distúrbio causado pelo medo de ficar sem comunicação digital via dispositivos móveis ou sinal Wi-Fi.

Segundo médicos e especialistas, dormir menos pode comprometer a concentração, a atenção, a memória e o rendimento do jovem em formação, prejudicando seu desenvolvimento físico, intelectual e psíquico. O uso intenso, prolongado e compulsivo da tecnologia e da conexão digital pode vir a representar um apelo irresistível ao jovem internauta especialmente no que se refere ao acesso e uso das redes sociais, serviços instantâneos de trocas de mensagens e jogos online. Ainda que sob vigilância e controle dos pais, não é difícil para o jovem contornar o bloqueio, especialmente quando têm acesso a dispositivos portáteis, como celulares e smartphones, e a conexões Wi-Fi.

Um estudo recente, realizado pela Cisco com jovens de 18 a 30 anos de 18 países, revelou que o **internauta brasileiro ocupa a quarta posição no ranking mundial dos mais conectados e assíduos às redes sociais (48%)**, superando norte-americanos (45%), canadenses (40%), ingleses (43%) e alemães (37%) e sendo suplantados apenas pelos turcos (59%), chineses (58%) e indianos (51%). Segundo os resultados desse mesmo levantamento, **60% dos jovens investigados checam compulsivamente suas atualizações nas redes sociais**, mesmo antes de tomarem o café da manhã. Para isso, celulares e smartphones permanecem ao lado da cama durante a noite para permitir que novas atualizações nos perfis do Facebook, no Twitter ou no Instagram sejam checadadas assim que sinalizadas pelos alertas sonoros ou tão logo o jovem desperte. O mais preocupante é que cerca de dois terços deles afirmaram ficar ansiosos ou serem dominados por uma sensação de vazio quando privados das conexões online.

PRIVACIDADE E SEGURANÇA DE NAVEGAÇÃO

A pesquisa mostra que 47% dos jovens internautas brasileiros concordam totalmente ou quase totalmente com a afirmação de que é preciso se preocupar com a privacidade e segurança de dados na internet. Se a esse percentual forem acrescentados os que informam mais concordar do que discordar da afirmação, este total eleva-se para 66%. Cabe destacar que 7% dos entrevistados afirmam discordar totalmente ou quase totalmente da assertiva apresentada, enquanto 19% mantem posições de neutralidade ou da indiferença.

Mais amplo e diversificado do que se esperava encontrar, o quadro revela a complexidade do tema no País. Em todo o Brasil são os jovens do Nordeste os que mais se revelam preocupados com a privacidade e a segurança dos dados pessoais na internet (63%), com forte destaque para os moradores das cidades do interior (73%). A eles se seguem os jovens da região Norte (50%), também especialmente os jovens que vivem nas cidades do interior (59%). As posições de neutralidade mostram-se mais intensas para os jovens da região Sul (26%, tanto para as capitais, quanto para as cidades do interior), diferenciando-os, em certa medida, de seus congêneres de todas as demais áreas do País.

Perguntados se costumavam trocar informações pessoais na internet com pessoas desconhecidas, os jovens internautas brasileiros informam que:

12%	concordam totalmente ou quase totalmente
42%	discordam totalmente ou quase totalmente
18%	mantiveram-se em posições de neutralidade
20%	assumiram posturas menos definidas

É preocupante a constatação de que parcelas relevantes dos jovens internautas brasileiros ainda apresentem posições pouco determinadas em relação à sua própria proteção na navegação, a despeito da relativamente ampla circulação de informações sobre os riscos envolvidos na troca de informações pessoais com estranhos.

Os maiores níveis de descuido e despreocupação com o compartilhamento de dados com estranhos foram revelados nos hábitos dos jovens do Nordeste: 16% afirmaram concordar totalmente que costumam realizar tal prática, nível que se elevou ainda mais nas cidades do interior, onde chegou a 21%. Tais números estão consideravelmente acima dos observados para todas as demais macrorregiões geográficas e áreas de habitação, com a única exceção das capitais da região Sudeste, onde atingiu 15% da amostra.

Os percentuais de discordância com a prática de compartilhar dados com pessoas desconhecidas mostraram pouca amplitude de dispersão ao longo de todo o território nacional. Nas médias regionais, varia entre 36% e 42%. No entanto, vale destacar o comportamento diferencial observado para os moradores das capitais da região Sul, onde atingiu o valor de 47%, reafirmando as posições mais cautelosas e conservadoras dos jovens deste pedaço do País em relação aos demais jovens brasileiros.

Questões relativas à segurança da navegação são fartamente recorrentes nas falas dos internautas pesquisados, principalmente nas seguintes situações:

1	Termos de uso de diferentes sites e ferramentas
2	Riscos de exposição da intimidade
3	Risco de roubo de dados bancários
4	Contaminação dos equipamentos por vírus

No caso dos termos de uso, de um modo amplo e geral, os jovens internautas declaram que apesar de saberem da sua existência e importância, consideram a sua leitura e apreciação crítica como assunto “extremamente chato”.

“Todo mundo acaba nem fazendo”.

“Ninguém lê, eu só dou o concordo e vou. Só aceito”.

“Mas aquilo é sacanagem. Eu queria entender se alguém lê”.

“É muita coisa...tinha de ser mais curto, parece uma bula”.

“Eu sempre leio, é muito chato”.

“Dou uma passada por cima”.

“Difícil de ler, muito extenso”.

“Vi que eles tinham direito de expor minhas informações onde eles bem entenderem”.

Já quanto aos riscos de exposição da intimidade, o tema mostrou-se relevante e recorrente especialmente entre os jovens do sexo feminino:

“Também qualquer pessoa pode ‘hackear’ seu Facebook, pegar uma foto sua e fazer uma montagem. Já aconteceu nos Estados Unidos”.

“Acontece com famosos, por que não pode acontecer com a gente?”.

“Sim, me preocupo, imagina espalhar o que falo e minhas fotos por toda a internet.”.

“Eu acho que as pessoas têm que ter bom senso na hora de postar. Tem muita gente que posta intimidades e depois não aguenta as consequências”.

É importante destacar a necessidade de conscientizar o jovem de que, ao postar uma foto em uma rede social, ele automaticamente a torna disponível para toda a internet. A organização não-governamental Safernet, que monitora crimes e violações de direitos humanos na internet, lançou, na primeira quinzena de abril de 2014, campanha mundial contra a divulgação e o compartilhamento de fotos, vídeos e troca de mensagens íntimas de crianças, adolescentes e jovens. O motivo alegado foi que, segundo a instituição, o número de vítimas desses abusos em sites e aplicativos mais do que dobrou no espaço de um ano, passando de 48 em 2012, para 101 em 2013. Os dados resultam das consultas encaminhadas aos serviços de ajuda e denúncia da ONG. De acordo com a Safernet, o número de crimes deve ser ainda maior em 2014. Os atendimentos nos primeiros meses do ano de 2014 já foram sete vezes maiores que no ano anterior (21 ante 3). Segundo a ONG, **77,14% das vítimas de intimidade exposta indevidamente na internet são mulheres**, sendo que **jovens de 13 a 15 anos representam a maioria** dos casos.





RODRIGO NEJM

“Proteger os direitos na internet não é oposto à liberdade de direitos mais ativos do uso da internet. A própria molecada, dependendo do jeito que os educadores trabalham, associa à 'lista do não pode'. O nosso esforço é tentar ir além desse discurso de proibição. Na internet, a gente tem com certeza que lutar para continuar garantindo a liberdade de expressão do jovem. E ele próprio tem que ter essa noção de que tem direitos na internet, como o de liberdade de expressão. Isso está na lei, está no Estatuto da Criança e do Adolescente, está na Declaração Universal dos Direitos Humanos. Eu tenho liberdade sobre o uso do meu corpo, sobre a minha fé religiosa, tenho a liberdade de ter a expressão das minhas opiniões políticas, tenho direito a alguma privacidade e também a fomentar mais esse debate dos direitos, combinado à discussão sobre segurança, porque uma coisa não é oposta à outra. O nosso esforço é discutir com esse jovem quais são os seus direitos e os seus deveres. Eles precisam respeitar as leis da internet: se cometerem crime em página falsa, esculhambarem o amigo, xingarem uma pessoa, invadirem o perfil de alguém, também irão responder legalmente por isso. O nosso esforço é o de trabalhar direitos e deveres segundo a perspectiva de que um não é inimigo do outro. Tentar fazer proteção sobre cidadania na internet, segurança a partir de um lema que nós temos aqui sempre, que é o de conseguir criar estratégias que permitam à garotada fazer boas escolhas na rede. Eles precisam ter acesso a informação qualificada, e desenvolver uma maturidade, uma capacidade crítica para fazer boas escolhas na hora de dar os cliques na rede”.

Outro aspecto relevante quando o tema é segurança é a contaminação dos dispositivos de acesso à internet por vírus.

“Faz duas semanas que eu perdi o meu computador com vírus. Não sei se conseguiram recuperar, mas acho que não porque o vírus foi forte”.

“Tenho medo que vírus destruam meus arquivos do computador”.

“Procuro me preocupar até com os antivírus que instalo, pois se alcançar algum problema serei responsabilizado”.

“Eu estou conectada 24 horas por dia”.

Outro aspecto relevante quando o tema é segurança é a contaminação dos dispositivos de acesso à internet por vírus.

“Eu ativo também o antivírus e aviso o meu marido. Confiro se o site se tem alguma coisa, mas mesmo assim alguns vírus acabam entrando... alguns a gente não consegue identificar e o medo maior é que outras pessoas acabem tendo acesso a algumas informações minhas”.

Muitas vezes, o ingresso dos vírus é apontado como decorrente de acesso a promoções consideradas absurdas pelos jovens, mas capazes de convencer seus pais a clicarem em links ou imagens mal-intencionados:

“Meu pai vê um monte desses vídeos no Facebook dele com promoções dizendo que vai ganhar um carro, um prédio... E eu falo 'ah pai, você acredita nisso aí cara?!'”.

Finalmente, no que se refere à segurança de dados como senhas e contas bancárias, os jovens, de uma maneira geral, se mostraram bastante sensíveis e preocupados. Nesse sentido, deram mostras de conduzir com cautela tanto o armazenamento como a partilha de equipamentos com os quais realizam operações bancárias ou afins:

“Acho que hoje o foco é senha de cartão, coisas bancárias, que mexem com dinheiro. Existem links, vírus, que pegam todas as informações do seu computador. É aí que se deve tomar cuidado, ver onde está clicando, em qual site e etc.”.

“Troco senha com frequência, uso a verificação pelo celular, só adiciono pessoas conhecidas e certas coisas só faço pelo computador pessoal”.

“Tenho muito medo de hackers, principalmente porque adoro fazer compras pela internet”.

“Sou muito tranquila, não me preocupo com nada, mal me preocupo com as minhas senhas já que o banco faz isso por mim”.

CONTROLE DAS POSTAGENS ALHEIAS: #LIBERDADESÓQUENÃO

O jovem internauta brasileiro costuma exercer alguns tipos de controle sobre as suas próprias publicações em redes sociais. Para isso, utiliza os mecanismos oferecidos pela própria rede como, por exemplo, o de submeter os conteúdos marcados ou compartilhados a sua aprovação prévia. Muitos dos jovens pesquisados informam não gostar que outras pessoas postem em suas páginas:

“Tenho que aprovar porque tenho trauma. Meu pai já publicou foto minha de infância, de quando eu era gorda”.

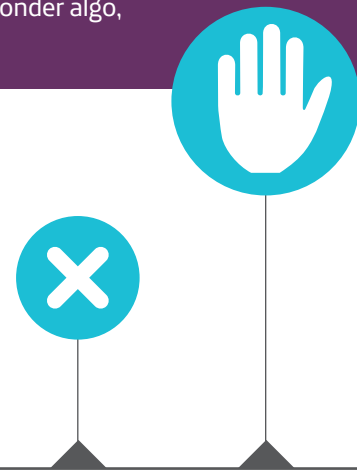
“Já eu tenho trauma de foto de casamento de família. Eu falei para não postar, mas vão lá e postam”.

Interessante observar que os entrevistados discorreram abundantemente sobre episódios que apontam para o controle social exercido pelos próprios jovens - sejam eles amigos, colegas ou simples conhecidos. Dentre as diferentes formas de controle apontadas, cabe destacar:

1) Crítica a filtros e limites de compartilhamento de informações dos perfis nas redes sociais. Neste caso, foram frequentes os relatos de jovens que se sentiram afrontados e questionados por outros jovens por terem bloqueado ou limitado o acesso público aos seus perfis pessoais nas redes sociais.

“Cobram até demais e te olham torto, achando que você é metida”.

“Quando você bloqueia, às vezes te questionam... é como se você quisesse esconder algo, como se estivesse fazendo alguma coisa errada”.



2) Crítica ao excesso de postagens

A postagem excessiva é considerada pelos próprios jovens como impertinente e irritante.

“Tem pessoas que parece não ter filtro: postam tudo o que fazem. Acho ridículo as pessoas que postam até quando vão ao banheiro”.

“Todo mundo tem um limite. Acho que tem gente que é sem noção”.

3) Embate de opiniões

Em várias oportunidades ao longo das entrevistas realizadas, o jovem internauta mostrou-se preocupado com as críticas, embates, discussões, e mal-entendidos decorrentes de suas postagens nas redes sociais. Observa-se, um nítido desejo de aprovação e aquiescência permanente e pouca ou nenhuma disposição ou tolerância para sustentar qualquer debate ou polêmica.

O conflito, para o jovem internauta, é essencialmente entendido como fonte de estresse e não como oportunidade de diálogo, de produção de conhecimento e de novos sentidos para a vida e as práticas cotidianas. Constata-se, nessa esfera, urgência e imediatismo na busca por conforto de uma postagem bem recebida e afetivamente acolhida e, ao mesmo tempo, a intolerância a qualquer tipo de rejeição. Nesse contexto, via de regra, o jovem opta por limitar suas postagens para evitar enfrentamentos com pessoas de opiniões ou sentimentos diferentes e/ou efetivamente opostos aos seus:

“De certa forma, o stress de uma discussão nas mídias sociais pode afetar a pessoa pessoalmente, fora da rede”.

4) A busca por informações

Quando a análise recai sobre o impacto da internet sobre os hábitos de busca por informações, 49% dos jovens brasileiros concordam totalmente ou quase totalmente que a rede mudou o seu modo de fazer pesquisas.

De todos os jovens brasileiros, foram os da **região Nordeste** os que **mais concordam com a afirmação** (47%) especialmente no caso dos que vivem nas cidades do interior (49%). A eles se seguiram os do Sudeste (40%), tanto os jovens das capitais quanto os do interior.

As **posições de neutralidade foram homogeneamente distribuídas** por todo o território nacional, **com exceção dos habitantes da região Sul**, onde foram mais altas do que a média nacional (30% no Sul, contra 21% no resto do País) e **do Centro-Oeste**, onde, ao contrário ficaram abaixo do nível nacional, com 18% de participação relativa.



SERGINHO GROISMAN

“A televisão é superficial. Eu não acredito que uma pessoa possa se achar bem informada vendo só televisão. Mesmo que ela veja todos os telejornais, todas as novelas, a televisão tem uma coisa da rapidez como a internet também, tudo é muito rápido, você tem que escrever em 140 caracteres. Um telejornal, tem que mostrar em 40 minutos o que aconteceu no dia no mundo todo. A profundidade disso vai estar em outras fontes, você tem que se aprofundar”.

A PRÁTICA DE BULLYING

A **maioria dos jovens internautas brasileiros (45%) concorda que a internet facilita a prática de bullying**. Os jovens do Nordeste foram os que mais declararam concordar totalmente com a afirmação, concentrando, nesta escala avaliativa, 48% das respostas, que se intensificaram ainda mais nas cidades do interior, onde o percentual foi de 55%. A eles se seguiram os jovens moradores do Centro-Oeste (43%). No sentido contrário, o **menor índice relativo** foi observado na **região Sul (23%)**.

As **posições de neutralidade foram distribuídas homoganeamente** entre os jovens residentes das regiões **Norte, Nordeste e Sudeste**. No entanto, mostraram-se superiores para os jovens da região Sul (25% na média e 28% nas cidades do interior) e inferiores em relação à média nacional no Centro-Oeste (14%, tanto nas capitais quanto no interior).

Foi possível, portanto, observar um comportamento sensivelmente diferenciado da juventude brasileira conectada em relação ao bullying digital, dependendo das áreas geográficas observadas.

Contudo, é preocupante destacar que nas redes sociais as facilidades de compartilhamento e de difusão instantânea de informações – tanto verdadeiras, quanto infundadas ou propositalmente falsas – potencializam não apenas a intensidade e a velocidade da comunicação, mas também ampliam as possibilidades e extensões dos danos e prejuízos pessoais em casos de ofensas e injúrias relacionados às diferentes práticas do bullying. Esses episódios podem crescer exponencialmente frente à falsa impressão de impunidade que permeia as manifestações feitas no mundo digital.

A proliferação de casos de jovens que sucumbiram ao assédio por difamações postas em prática nas redes sociais põe na ordem do dia a necessidade de educação e da vigi-

lância no uso da internet. Tal controle deve incluir seguramente as diferentes instâncias da mediação do comportamento juvenil, especialmente dos pais, dos membros mais idosos da família e da escola. Mas deve se expandir, também, para abarcar a esfera jurídica, na qual se incluem as possibilidades de comprometimento e corresponsabilização das empresas de tecnologia digital provedoras do acesso e da navegação nas redes sociais. A temática dos limites e consequências da liberdade de expressão nesses canais já ocupa espaço relevante nos debates mundiais, os quais, seguramente, deverão ser ampliados nos próximos anos*.

OS MÚLTIPLOS “EUS” NA REDE: #AVATARES

Entre os jovens ouvidos pela pesquisa, 49% concordam totalmente ou quase totalmente que é preciso ter cuidado ao expressar opiniões pessoais na internet, principalmente para evitar o risco de ser mal interpretado ou mal visto. Foi possível constatar, em relação a esse tópico, uma maior intensidade de confluência das opiniões, denotando uma maior preocupação do jovem com os efeitos de postagens e atitudes para a própria imagem.

A preocupação com a imagem e a representação de si mesmos na internet supera as manifestadas em relação à segurança pessoal relativa à publicação de dados ou informações que possam ser utilizadas com intenções maldosas ou prejudiciais do ponto de vista da integridade física, psíquica, emocional ou material do jovem.

“Eu leio muito mais do que posto. E evito ao máximo opinar sobre algum assunto: as coisas na internet tomam proporções muito maiores do que a minha intenção de dizer”.

As **preocupações mais acentuadas com a expressão pessoal** foram apontadas pelos jovens do **Nordeste** (54% concordaram totalmente com o enunciado proposto), no que foram seguidos, com boa margem de diferença pelos jovens da região Norte (43%). Para os jovens internautas entrevistados, a participação em redes sociais traz uma experiência livre e radical de expressividade pessoal:

“Eu acho que todo mundo é um pouquinho radical nas redes sociais. Porque você literalmente expressa o que você está sentindo. Lá você pode, você é livre”.

Tais níveis de expressividade decorrem essencialmente da perda da timidez e, consequentemente, dos maiores níveis de desinibição pessoal proporcionados e adquiridos na rede de computadores.

*A esse propósito, ver: FOXMAN, A.; WOLF, C. **Viral hate**: containing its spread on the internet. New York: Palgrave Macmillan, 2013.

“Eu me sinto mais à vontade porque as pessoas não estão olhando para mim, sou tímida. A internet é para quem é tímido mesmo. Se você não tem coragem de falar algo para as pessoas encarando-as, a internet tem alguma coisa que ajuda a colocar a sua opinião. Eu tinha um Tumblr onde postava bastante coisa, não falando da minha vida, mas do que eu achava da situação política, das pessoas e também das coisas que eu lia ou via na rua”.

De fato, em diversas das manifestações analisadas foi possível constatar que os jovens internautas declaram ter maior nível de desinibição e expressão social na internet, principalmente quando se consideram tímidos ou retraídos nos relacionamentos presenciais.

“Acho que pessoalmente falo bem menos do que na internet. É mais fácil postar na internet o que penso”.

“Tenho mais dificuldade de me expressar pessoalmente”.

“Tenho que admitir que a internet me ajudou a me comunicar melhor com outras pessoas”.

“Eu era mais tímido, mais reservado, mas com a internet passei a me comunicar mais com pessoas desconhecidas e melhor com quem eu não conheço, o que me deixou mais sociável”.

“Eu posso ser mais sincera e objetiva com uma pessoa que conheci pela internet, pois o fato de esta pessoa estar distante me traz (pelo menos a princípio) uma confiança maior”.

“Sim, a distância dá coragem às pessoas”.

Embora os jovens, em sua expressiva maioria, declarem sentir impulsos de expressar suas emoções e desabaços mais íntimos prontamente nas redes sociais, muitas vezes a **mediação da vigilância social** – especialmente de chefes e supervisores no trabalho – impede que isso aconteça ou **os briga a optar por mecanismos de disfarce** ou ocultação:

“Se eu tiver no meu ambiente de trabalho, ficar nervosa e quiser desabafar, corro no Face, mas ponho ‘se sentindo irritada’, ‘brava’ ou qualquer coisa assim, sem detalhe. Não coloco nada que possa me prejudicar”.

A maioria dos jovens pesquisados, embora reconheçam que na Internet é possível assumir diferentes perfis e exercitar outras personalidades, disse exibir seu próprio perfil pessoal na rede, sem fazer o uso de recursos de mascaramento ou falsificação de informações. Nesse contexto, contudo, muitos consideraram que a internet permite maior grau de desinibição para expor opiniões e assuntos – tanto de ordem pessoal quanto política – que não se sentiriam à vontade para fazer pessoalmente:

“Eu costumo opinar mais na internet do que pessoalmente”.

“Tem até cantada pela internet... E quando passa por você a pessoa nem olha na tua cara. Parece até que fica mais desinibido..”.

“Eu tenho amigas que falam com meninos na internet, mas quando passam por eles nem olham”.

“Olha, eu não sou a mesma pessoa quando estou na frente do computador. Pessoalmente, eu sou de falar mais e interagir e já no Facebook ou Twitter, tipo se você der uma opinião errada as pessoas vão descer o abacaxi em você”.

“Não posto nada, porque as pessoas nem sempre vão concordar com a opinião e acabam exagerando às vezes nas críticas. Ao invés de te ajudar, ficam usando uma crítica ou até falando mal de você ou que você não tem opinião”.

OS JOVENS SÃO DIFERENTES NOS MUITOS BRASIS

Na análise das diferenças regionais, observou-se que, de uma maneira geral, os **jovens da região Nordeste são os maiores entusiastas do uso da internet**. São eles que mais afirmam que:

✔ A internet mudou os seus hábitos de busca por informação	60%
✔ A internet contribui para aproximar pessoas	67%
✔ É preciso cuidado com o modo de expressar opiniões	66%
✔ A privacidade e segurança dos dados é motivo de preocupação	63%

Os jovens **moradores da região Centro-Oeste** vêm na sequência: **55%** acreditam que a **internet facilita a prática de bullying** e 37% diz que a internet modificou seu modo de realizar atividades de lazer – ponto em que são seguidos de perto pelos jovens da região Sudeste (36%).

Com relação à crença de que as **horas empenhadas na internet interferem no sono**, os jovens brasileiros mostraram **comportamento relativamente homogêneo**: em média, entre 29% e 31% concordam totalmente com esta afirmação. Cabe ressaltar, contudo, que os habitantes do Centro-Oeste mostraram nível de respostas relativamente superior (35%), especialmente os moradores das capitais (40%). Comportamento similar também pode ser observado para os moradores das capitais do Sudeste (38%) e do Sul (37%).

Finalmente, deve-se ressaltar que a **troca informações pessoais com estranhos** na internet também teve um **índice relativamente homogêneo** entre os jovens habitantes das

diferentes regiões geográficas e áreas de habitação em todo o País: 18% ou menos, na média. Porém, neste caso, a maior preocupação deve recair sobre os jovens internautas do Nordeste, região onde esse percentual elevou-se para 24%, na média, e para 33% nas cidades do interior.

Há que se ressaltar que no **conjunto da juventude conectada** brasileira pesquisada, os **representantes da região Sul** foram, em boa parte dos casos, os **menos entusiasmados com o uso das potencialidades proporcionadas pela internet**, o que se traduziu também em uma **maior participação relativa de respostas neutras**, no comparativo com seus congêneres de todo o País.

Cabe destacar que, em relação à afirmação de que o uso da **internet contribui para aproximar as pessoas**, os jovens internautas da **região Norte** foram os que se mostraram **mais indiferentes** (27%, contra a média brasileira de 22%), com exceção apenas dos jovens moradores da região Sul do País (33%).

#EDUCAÇÃO

Segundo relatório global de tecnologia da informação do Fórum Econômico Mundial* – divulgado em 2013 – o **Brasil subiu apenas da 65ª para a 60ª posição no ranking das nações mais preparadas para o aproveitamento das novas tecnologias** para o crescimento. Dentre os 144 países avaliados, o Brasil ficou em 116º lugar no quesito Educação, posicionando-se atrás do Chade, da Suazilândia e do Azerbaijão. Em Ciência e Tecnologia, o País – que ficou na 132ª posição – foi superado por Venezuela, Lesoto, Uruguai e Tanzânia.

Como resultado desses indicadores, **o Brasil se mantém estagnado no avanço do desenvolvimento e da adoção tecnológica, apesar dos investimentos públicos em infraestrutura** e de um certo dinamismo do setor privado nacional. Na América Latina, países como Chile, Panamá, Uruguai e Costa Rica estão melhor preparados para enfrentar o mundo digital do que o Brasil, segundo o mesmo informe do Fórum Econômico Mundial. **Um dos fatores que mais contribui para essa situação é a qualidade do sistema educacional.** Para os estudiosos do Fórum Econômico Mundial, mesmo em países pobres como Senegal, Quênia e Camboja, o acesso de escolas à internet é superior.

O ranking mundial de adaptação ao mundo digital é liderado pela Finlândia, seguida por Cingapura e Suécia. Segundo os autores do estudo, a posição ocupada pelo Brasil não condiz com o fato de ser uma das sete maiores economias do mundo. O

informe considera que a **maioria das economias em desenvolvimento**, quando comparada às economias desenvolvidas, **continua sem conseguir criar as condições necessárias para reduzir a falta de competitividade** na área da tecnologia de informação.

Os ganhos de posição do Brasil no ranking vêm sendo garantidos pelos avanços em infraestrutura e pelo fato de o País ter dobrado a capacidade de uso de banda larga, além de ampliar a rede de celulares. Em bandas fixas, o Brasil é o 11º colocado na listagem mundial. Porém, **entre os problemas mais sérios** enfrentados pelo País está o **ambiente institucional e político para a promoção da inovação, além dos elevados custos de acesso aos equipamentos** e serviços como, por exemplo, celulares - setor no qual o Brasil aparece na 130ª posição mundial entre os 144 países, superado pelo Gabão.

Para o Fórum Econômico Mundial, o rápido crescimento econômico observado em muitos países menos desenvolvidos do planeta, nos últimos anos, poderá ser ameaçado, caso não venham a ser feitos os investimentos certos em infraestrutura, competências humanas e inovação na área das tecnologias da informação. Apesar de fortemente positivo, **o impacto da digitalização não é uniforme nem por setores, nem por países. Desta forma, cria e destrói empregos de maneira desigual e desequilibrada** entre as diferentes regiões do mundo.

ESCOLA x INTERNET: TENSÃO CRESCENTE E DESAFIOS EMERGENTES

A relação dos jovens com a internet, em sua interface com a escola, é contraditória – especialmente no caso dos mais jovens. Se, por um lado, conforme já visto, é apontada como valiosa ferramenta de suporte e colaboração para a pesquisa de con-

teúdos curriculares e para o acesso e recuperação de material dado em aula pelo professor, por outro lado, é apontada como elemento de desconcentração e dispersão – especialmente por seu uso prioritário para o acesso às redes sociais.

*Cf. CHADE, Jamil. Ensino freia adaptação ao mundo digital. **O Estado de São Paulo**, p. A22, 1 de abril de 2013.



“No computador não fico prestando atenção no que estou estudando. Eu não consigo. Prefiro um lugar sem acesso à internet. Vou para a biblioteca. A internet puxa muito a sua atenção”.

“Ficou muito mais complicado conseguir a atenção dos jovens para o mundo offline e aí passa a ser comum uma pessoa que sabe tudo de computador mas que não sabe nem falar sua própria língua”.

“A internet pode servir como ponte para o aprendizado através do conteúdo, mas também podem atrapalhar: você se perde nas redes sociais e em sites completamente nada a ver com o seu estudo e perde o foco”.

“A internet auxilia na hora de fazer pesquisa, mas atrapalha porque existem as redes sociais e a pessoa esquece da vida: não estuda quando tem prova, não faz trabalho”.

“Eu acho que ainda tem alguns materiais e aulas que precisam ser aperfeiçoados. No meu caso não é muito legal porque sou muito dispersa; se estou na internet, não consigo ligar o computador e não entrar no Skype... Eu queria fazer a segunda faculdade online e tentei fazer um curso antes para ver como era. Não rolou. Mas dá certo para muita gente: minha mãe fez, terminou a faculdade dela online”.

A adoção de práticas de **compartilhamento de material didático em redes sociais, blogs, e-mails e outras ferramentas digitais** por escolas e professores **é vista como positiva pelos jovens internautas ao longo de toda a pesquisa.**

“Isso também aproxima professor e aluno. No ano passado, na época de vestibular, eu tirava todas as dúvidas de matemática com o professor pelo Facebook”.

“O professor de filosofia aplica o conteúdo e na parte da tarde, coloca um resumo da aula no blog dele. Assim, quem não copiou tudo ou faltou pode consultar o blog. Já peguei muita coisa lá”.

A internet consolida-se como importante instrumento de apoio às atividades educativas da juventude conectada brasileira, principalmente a partir de sua utilização no âmbito doméstico. De fato, **82% dos jovens pesquisados declararam já ter utilizado a ferramenta em casa para realizar atividades propostas em aula** – e 77% deles declaram ter utilizado a internet em casa para fazer trabalhos por iniciativa própria.

Nesse contexto, o papel da internet oferecida no ambiente escolar – ainda que em menor proporção ao acesso residencial – também mostrou grande importância relativa: **75% dos jovens dizem já ter utilizado a internet na escola para atividades propostas em aula** – e 68% deles declaram ter utilizado a internet na escola por iniciativa própria.

Quando questionados se era mais fácil realizar trabalhos escolares consultando a internet, 60% dos jovens concordam totalmente ou quase totalmente. Outros **54% concordam que a internet permite o preparo e a autoavaliação para provas e testes como o ENEM, vestibulares e concursos públicos.** Nessa mesma direção, cabe ressaltar que 45% dos jovens conectados brasileiros concordam total ou quase totalmente que na internet aprenderam coisas úteis para suas vidas ou para o seu trabalho, que não aprenderiam na escola de ensino fundamental ou médio, ou mesmo na faculdade.

Há, portanto, que se reconhecer que para o jovem brasileiro, a internet é uma ferramenta complementar à escola no seu aprendizado cotidiano, exercendo tanto funções de apoio às rotinas, procedimentos e currículos educativos formais, quanto **aportando conteúdos e saberes que extrapolam os conhecimentos que circulam dentro dos estabelecimentos de ensino.**



SERGINHO GROISMAN

“A escola traz um repertório muito voltado para a profissão, ao preparo para o vestibular, para o ENEM. Falta na escola, pública ou privada, um espaço na grade para os alunos discutirem sobre temas atuais, como os rolezinhos ou política. É preciso incentivar o espírito crítico nos alunos”.

O fato de o professor saber utilizar as tecnologias de informação e comunicação para ensinar também é apontado como um importante fator de aprendizado: **47% dos jovens brasileiros conectados concordam** totalmente ou quase totalmente com essa afirmação. Idêntico percentual de entrevistados declara, também, acreditar total ou quase que **a internet e outras tecnologias colaboram para melhorar o relacionamento e a troca de conhecimentos entre os colegas.** Curiosamente, no entanto, uma parcela inferior de respondentes considerou que a internet melhora o relacionamento entre alunos e professores (35%).



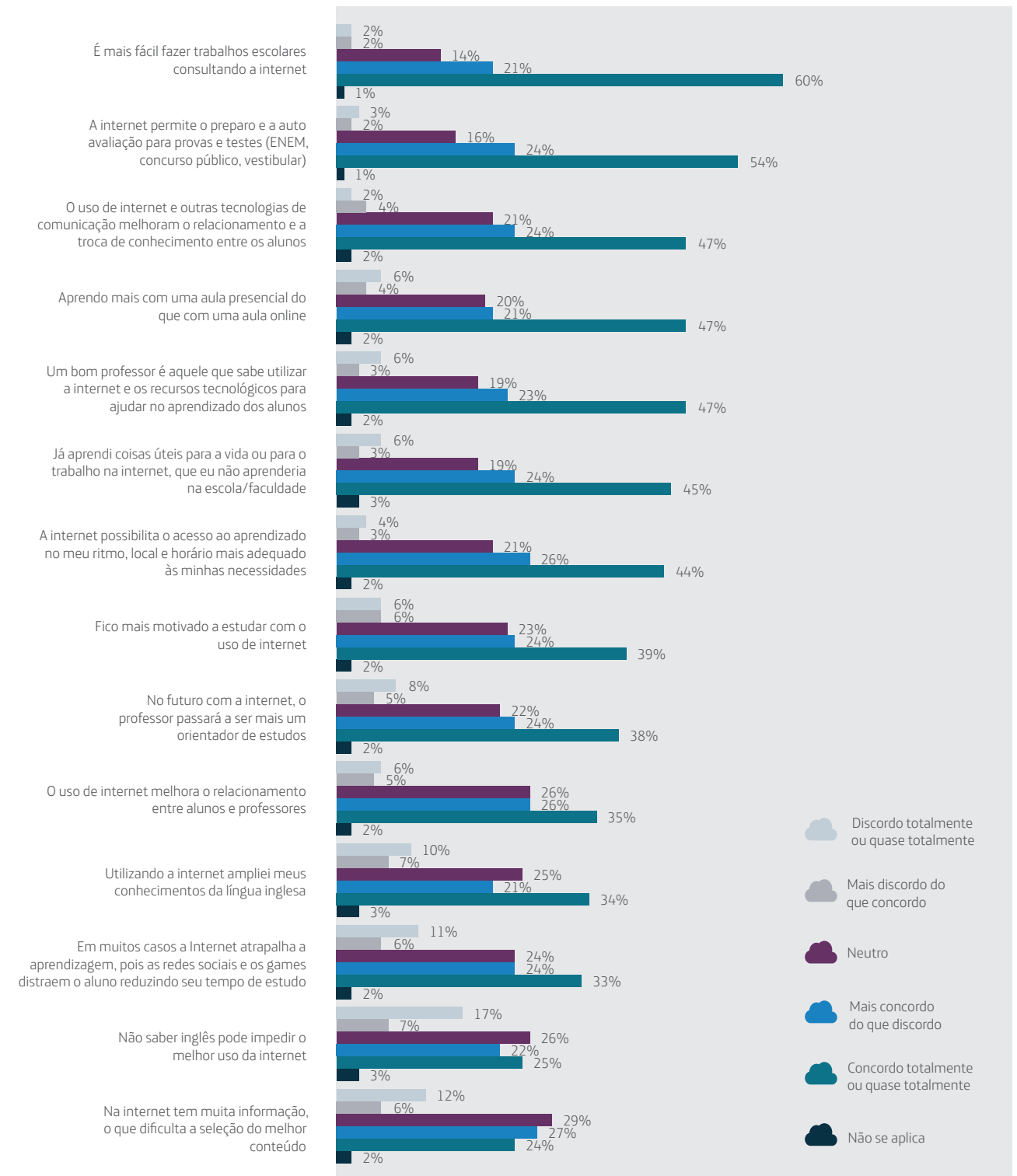
RODRIGO NEJM

“A gente se engana ao supor que essas gerações entendem de tecnologia e têm habilidades técnicas para usá-las. Temos confundido capacidade técnica de uso com capacidade de crítica e curiosidade. Não temos apresentado esse potencial, esse leque mais diversificado de possibilidades que a internet oferece para essa geração. Por isso, a escola está indo a reboque do uso cotidiano e do uso comercial da internet. Me parece que uma educação sobre o engajamento mais cidadão em relação à internet e à própria compreensão de seus potenciais e de sua dinâmica não tem sido pauta das discussões em família, e tampouco na escola. A capacidade técnica que essas novas gerações têm não é acompanhada por uma reflexão sobre a própria dimensão da internet. Precisamos ensinar a eles conceitos mais amplos de praça pública, de ética, de construção de tecnologia, do lugar que a tecnologia pode ocupar no desenvolvimento da própria cidade, por exemplo. Intensificar a importância da internet dando poder a todo cidadão, garantindo que toda pessoa tenha condição de criar os seus próprios conteúdos e de fato mudar muita coisa em seu entorno: esse potencial não parece estar sendo tão explorado”.

Curioso observar que, ao mesmo tempo em que 38% dos jovens conectados brasileiros informam discordar total ou quase totalmente com a afirmação de que no futuro o professor será mais um orientador dos estudos, 24% declarou concordar total ou quase totalmente com o fato de que a internet tem muita informação, o que dificulta a seleção do melhor conteúdo. Trata-se, portanto, de uma **oportunidade de discutir o novo papel do professor no contexto do aprendizado mediado pelas tecnologias de informação e comunicação e do estímulo e desafio de assumir funções de tutor, curador e orientador** – transformando-se em mais do que um transmissor unidirecional de conhecimentos.



A EDUCAÇÃO E OS JOVENS INTERNAUTAS BRASILEIROS



- Discordo totalmente ou quase totalmente
- Mais discordo do que concordo
- Neutro
- Mais concordo do que discordo
- Concordo totalmente ou quase totalmente
- Não se aplica



FELIPE ALTENFELDER

Nesse contexto, vem em auxílio da escola e do professor a afirmação de que **a maioria dos jovens conectados ouvidos pelo estudo diz aprender mais com as aulas presenciais do que com aquelas ministradas online**. De fato, observou-se que 47% deles afirmou concordar total ou quase totalmente com essa afirmação, ante 6% dos que afirmaram discordar totalmente ou quase totalmente com o mesmo enunciado.

“Isso seria um novo paradigma, essa molecada que está vindo aí, o cara tem 1.500 pessoas no Facebook dele, ele fica lendo a opinião de todo mundo o dia inteiro ali e sem dúvida, aquilo é algo que está fazendo parte com muita força da formação dele”.



SERGINHO GROISMAN

“Os professores no Brasil precisam ganhar mais, mas também se qualificar melhor quanto ao uso da internet, por exemplo. Eles precisam entender o momento que as pessoas vivem, o papel da internet na vida do aluno, o repertório que estes alunos trazem. O professor tem que compartilhar mas também receber. Como professor aprendi que o aluno tem muito a te acrescentar”.

Considerando o intenso uso que a juventude conectada faz da internet para dinamizar e ampliar seus relacionamentos e contatos sociais, não deixa de chamar a atenção o fato de que **aqueles que consideram que o uso da rede mundial melhora o relacionamento e a troca de conhecimentos entre alunos não atinge a maioria, mas sim 47% da amostra pesquisada**. Entre os pesquisados, 21% assumem posição de neutralidade ou indiferença em relação ao tema, 2% discordam totalmente ou quase e 4% mais discordam do que concordam. Marcia Padilha considera este fato decorrente tanto do conservadorismo e da resistência do jovem em relação ao papel potencialmente educativo da internet, quanto da sua própria dificuldade de representação pessoal do fenômeno, quiçá tomado de empréstimo do universo adulto.



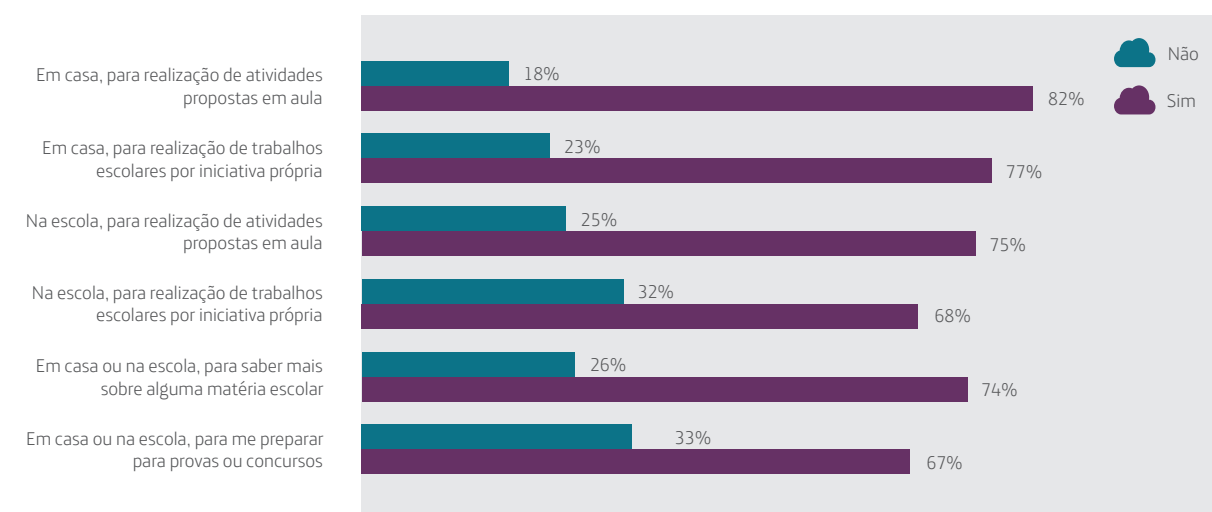
MARCIA PADILHA

“[...] me parece que a ideia que os jovens têm de que na internet só tem porcaria é uma representação emprestada dos adultos. [...] Nesse sentido, me parece correto chamá-los de resistentes. Mas também acho correto pensar que seu repertório limitado não lhes permite ter outras representações dos usos, recursos e conteúdos da rede. A Educação deveria incidir nisso”.

O “ENDEUSAMENTO” DOS BUSCADORES

Para realizar **pesquisas, trabalhos escolares, estudos disciplinares ou aprofundar os estudos, a juventude brasileira conectada informou confiar prioritariamente (59%) nas ferramentas de busca**. Em segundo lugar na ordem de preferência, mas com larga margem de diferença foram apontados os sites especializados e/ou focados em um determinado tema e as publicações, como livros, jornais e revistas (ambos com 28% cada). Na sequência e na ordem decrescente de importância relativa foram mencionados: instituições de ensino presencial (23%); portais, como UOL e Terra, entre outros de idêntica natureza (22%); redes sociais (18%); fóruns (17%); blogs (16%) e instituições de ensino a distância (15%).

USO DA INTERNET PARA APOIO NOS ESTUDOS





MONICA GALIANO

“Eu acho que a tecnologia facilita a mobilização, pela comunicação e pela difusão instantânea. As redes sociais espalharam a notícia. Isto é mais poderoso do que nada nunca antes imaginado”.

“Li outro dia que nosso cérebro está ficando dependente do Google...hahaha!!!”.

“Vamos supor que estou com dor de cabeça. Vou lá e... 'qual remédio procuro para dor de cabeça?'”.

“Geralmente procuro informações sobre mitologia grega. Então vou lá, pego uma história e começo a ler e, se gosto, salvo e coloco no Facebook para ler mais depois”.

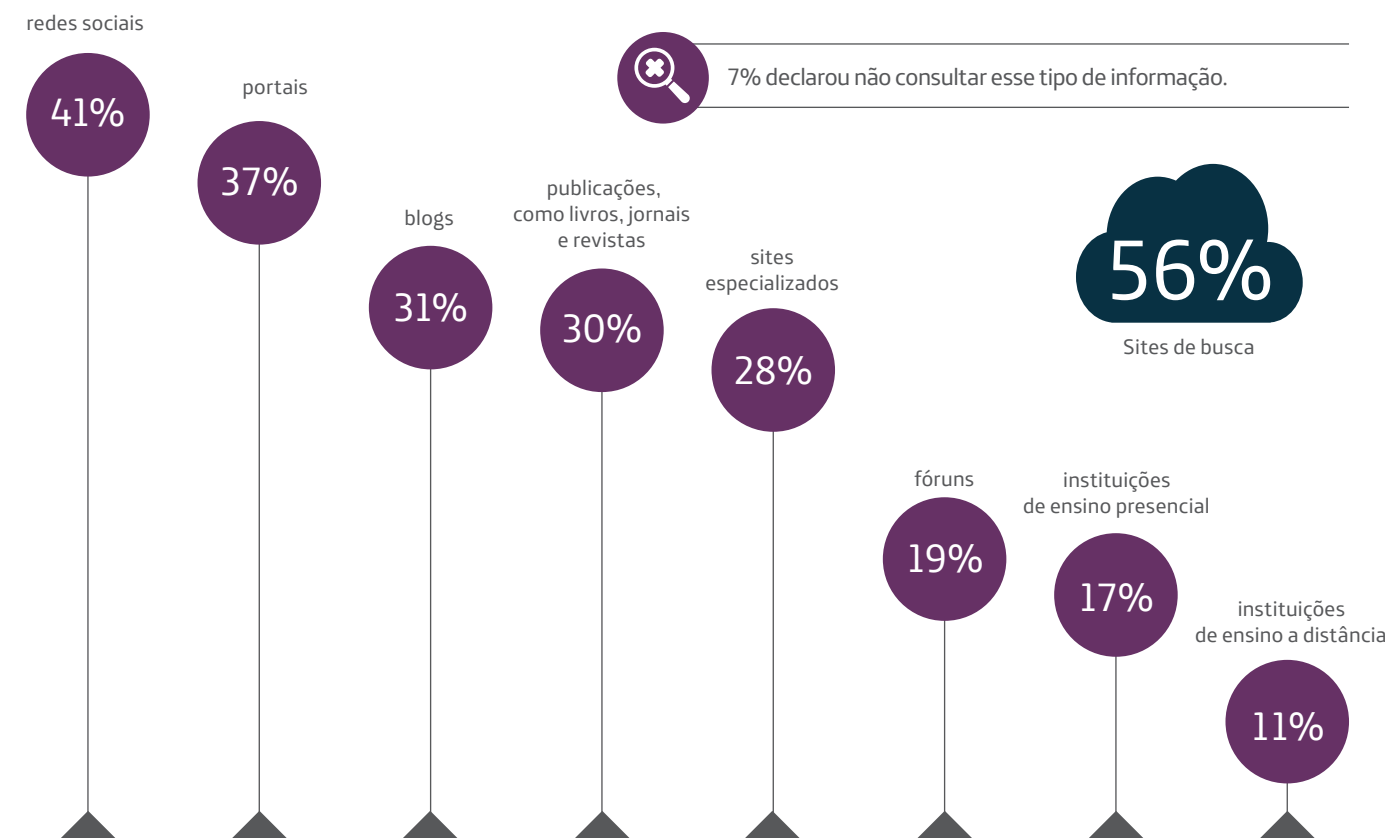
Observa-se que os buscadores adquirem grande relevância como fontes críveis de informação e pesquisa, superando itens mais tradicionais como livros, jornais, revistas e as próprias instituições de ensino – tanto as presenciais quanto as virtuais, o que confirma o caráter massivo, horizontal e descentralizado da circulação da informação na sociedade contemporânea, incluindo o Brasil.

Em termos macrorregionais, Norte e Nordeste são as regiões onde as ferramentas de busca na internet adquirem maior importância relativa frente às outras fontes: 70% e 61%, respectivamente. Merecem ainda destaque a penetração das mesmas junto às populações jovens do interior da região Sudeste (64%) e das capitais do Centro-Oeste (61%).

A confiança nos sites especializados mostrou-se significativamente maior para os jovens das capitais do Sudeste e do Centro-Oeste, com participações percentuais relativas de, respectivamente, 33% e 35%.

Quando se trata de conhecimentos gerais e curiosidades, as fontes mais confiáveis para os jovens conectados brasileiros continuam sendo os sites de busca, com 56% das respostas. Em seguida, pela ordem decrescente de importância foram mencionados:

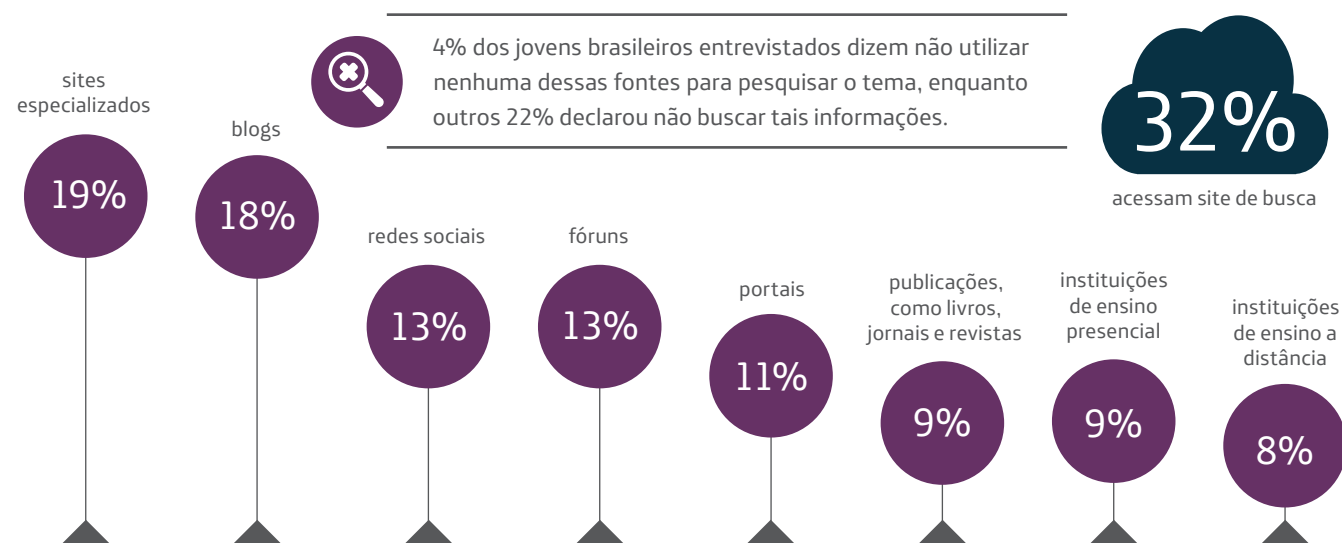
PRINCIPAIS FONTES DE BUSCA PARA CONHECIMENTOS GERAIS E CURIOSIDADES



As instituições de ensino presencial mostram deter um importante papel de referência como entidades de boa credibilidade e confiança na oferta de informações sobre capacitação profissional, particularmente na região Sul (25%), e de maneira ainda mais especial nas cidades do interior (30%).

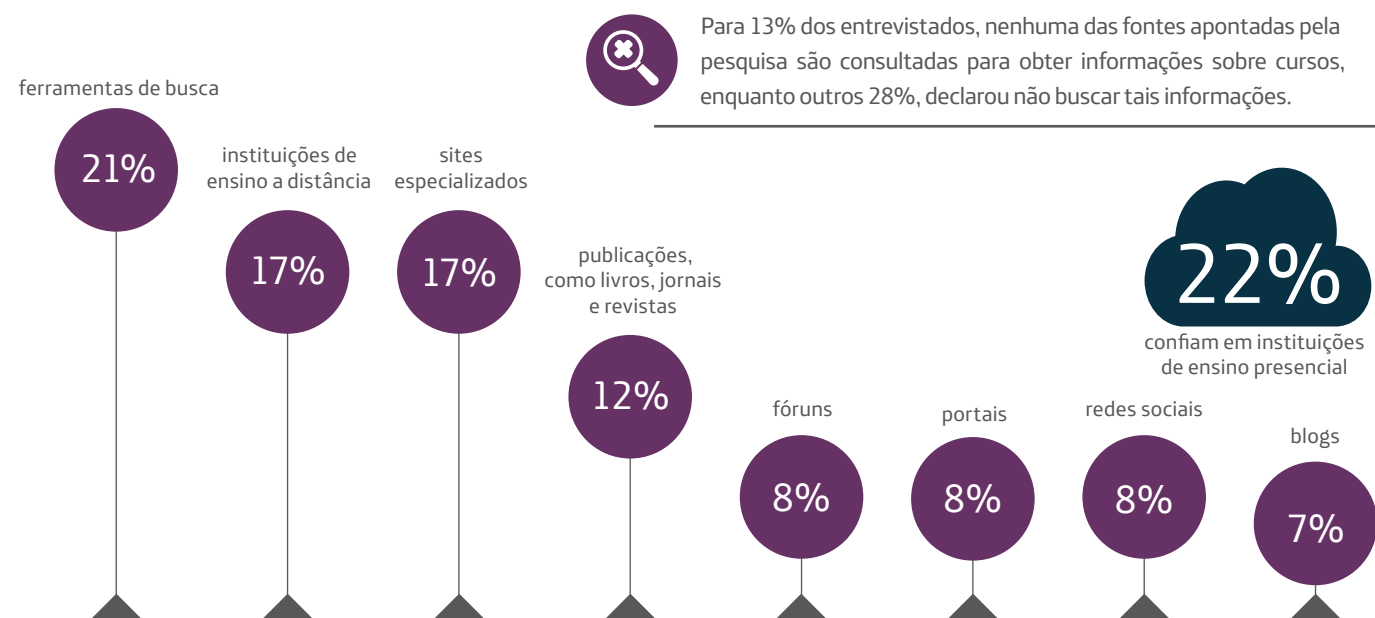
A procura por informações e dicas de uso e de tutoriais para softwares – tais como Excel, Photoshop, Word e outros – foi mais intensamente dirigida aos buscadores, como o Google e o Bing, entre outros similares (32%), por serem consideradas fontes mais confiáveis quando comparadas a outras opções:

PRINCIPAIS FONTES DE BUSCA PARA TUTORIAIS DE SOFTWARES



Quando o tema pesquisado foram os cursos complementares, de extensão, graduação ou pós-graduação, as instituições de ensino presencial foram as entidades de maior confiança citadas e procuradas (22%). A elas se seguiram, em ordem porcentual de importância relativa decrescente:

PRINCIPAIS FONTES DE BUSCA PARA CURSOS



O maior índice de jovens que não buscam informações sobre cursos foi verificado na região Nordeste (40%), especialmente junto aos jovens das cidades do interior (48%).

A importância conferida às instituições de ensino presenciais enquanto fontes confiáveis de informação sobre cursos complementares, cursos de extensão, graduação ou pós-graduação mostrou-se bastante homogênea para os jovens habitantes de todas as diferentes macrorregiões do País. Já o uso dos buscadores para a procura de informações sobre cursos foi mais intensamente declarado pelos jovens da região Sudeste (23%), especialmente os do interior (24%). Interessante também comentar que para o Sudeste, as redes sociais mostram importância relativa maior na abordagem deste tema, ou seja, na procura de informações sobre novos cursos acadêmicos (10%) – para os jovens habitantes das capitais.

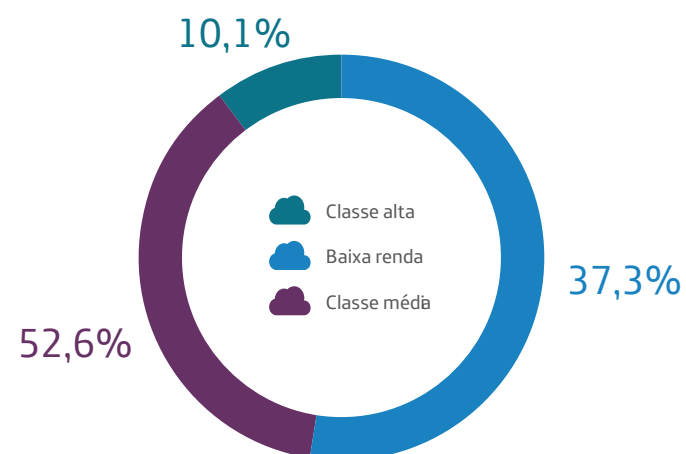
USOS DAS FERRAMENTAS DA WEB 2.0

Ferramentas da web 2.0	Pesquisas/estudos e trabalhos escolares	Conhecimentos gerais	Capacitação profissional	Dicas/Tutoriais para softwares	Cursos complementares
Ferramentas de busca	59%	56%	29%	32%	21%
Sites especializados	28%	28%	21%	19%	17%
Publicações	28%	30%	16%	9%	17%
Instituições de ensino presencial	23%	17%	22%	9%	22%
Portais	22%	37%	12%	11%	8%
Redes sociais	18%	41%	11%	13%	8%
Fóruns	17%	19%	11%	13%	8%
Blogs	16%	31%	10%	18%	7%
Instituições de ensino a distância	15%	11%	15%	8%	17%
Nenhuma	8%	7%	12%	14%	13%
Não consulto	11%	7%	19%	22%	28%

#EMPREENDEDORISMO

O interesse do jovem brasileiro em ter um negócio próprio é considerado um fenômeno recente, cujo florescimento surge concentrado especialmente a partir do final da primeira década deste século. Segundo pesquisa de 2013 do Instituto Data Popular, o Brasil tem hoje 1,5 milhão de jovens empreendedores com idade entre 16 e 24 anos.

DISTRIBUIÇÃO SOCIOECONÔMICA DOS JOVENS EMPREENDEDORES BRASILEIROS



Fonte: Data Popular, 2013

Também segundo o Data Popular, outros 22 milhões de jovens brasileiros de 16 a 24 anos expressam desejo de abrir seu próprio negócio em alguma etapa de suas vidas, sendo que deste total 50,5% são mulheres e 41,5%, homens.

De acordo com dados da pesquisa Global Entrepreneurship Monitor, de 2012, 18,3% dos empreendedores iniciais do Brasil têm entre 18 e 24 anos. Ainda segundo o mesmo estudo, 70% deles decidiram empreender por terem identificado uma atraente e promissora oportunidade no mercado e não por necessidade, devido, por exemplo, ao fato de não terem um emprego.

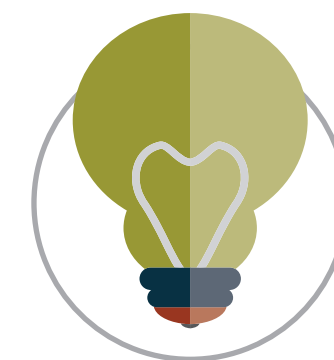
Os resultados da pesquisa *Juventude Conectada* mostram que o jovem conectado acredita no papel da internet para apoiar, acelerar, estimular e contribuir para a criação e o desenvolvimento de novas ideias e projetos inovadores. Porém, quando perguntados se pretendiam utilizar a internet para desenvolver seu próprio empreendimento, o nível de concordância reduziu-se sensivelmente.

Um dos maiores riscos para os jovens de menor nível de escolaridade e que buscam no empreendedorismo uma alternativa ao mercado de trabalho formal, no qual se incluíam como empregados, consiste na ilusão de que não será necessário adquirir previamente uma qualificação profissional que venha a dar suporte à iniciativa.

A maioria da juventude brasileira conectada acredita na importância da internet como um apoio ao empreendedorismo. De modo geral, o jovem brasileiro conectado mostra-se entusiasmado frente ao potencial da internet no desenvolvimento de projetos, no estímulo à inovação e no desenvolvimento da carreira profissional. Frente a um conjunto de afirmativas a eles apresentadas, a maioria (52%) afirma concordar totalmente ou quase totalmente que a internet:

- ✓ pode acelerar o desenvolvimento de projetos
- ✓ estimula a inovação e a geração de ideias e novas soluções
- ✓ ajuda no desenvolvimento da carreira profissional

Em todos esses três casos, simultaneamente, a parcela de respondentes que afirma discordar total ou quase totalmente fica apenas entre 2% e 3% e a dos que tomaram uma posição de neutralidade em 18%.



A JUVENTUDE CONECTADA BRASILEIRA FRENTE AO EMPREENDEDORISMO



A maioria dos jovens entrevistados (51%) também disse concordar total ou quase totalmente com a ideia de que é possível ganhar dinheiro trabalhando com as ferramentas da internet. Para essa questão, o percentual de respondentes que afirma discordar total ou quase totalmente foi também de 3% e o de neutros novamente de 18%.

Ainda no sentido de demonstrar confiança e entusiasmo no potencial da internet para apoiar atitudes empreendedoras dos jovens, 47% destes concordam total ou quase totalmente que a internet possibilita criar novos serviços, produtos e/ou projetos que não seriam possíveis de outra maneira; 45% concordam que a internet é um ambiente que contribui para o espírito empreendedor e 41% com a ideia de que a internet permite levantar dinheiro e/ou financiamento para realizar projetos e novos negócios, especialmente no apoio às startups.



CYNTHIA SERVA

“Quando você falava em empreender, as pessoas associavam automaticamente a abrir uma loja... Abrir uma casa, criar uma empresa, abrir uma fábrica, não é? Esses eram os modelos e os padrões de negócios até então conhecidos. Todos os medos eram associados a isso, inclusive os riscos, altíssimos, porque os custos são altíssimos. Com custos cada vez mais altos, os riscos eram cada vez maiores também. Então, com o advento da internet, surgiu um novo modelo: a internet surge como uma ferramenta extremamente poderosa”.

Por outro lado, é interessante ressaltar que ao mesmo tempo que o jovem demonstrou confiança e entusiasmo com o potencial da internet e de suas ferramentas para gerar novos negócios e oportunidades, um menor percentual afirma não acreditar que todo esse instrumental possa vir a ser utilizado por eles mesmos em modelos empreendedores. De fato, a afirmativa de que pensam em usar a internet para desenvolver um modelo próprio de empreendedorismo angariou o menor índice relativo de concordância total ou quase total entre todas as assertivas apresentadas (34%). Foi, também, a que agregou o maior índice de discordância total ou quase total (8%) e o maior valor relativo de neutralidade ou indiferença (25%).

Pode-se observar, assim, que a internet é representada como potente aliada da criatividade e capacidade de inovação do jovem brasileiro que busca soluções e novos modelos de negócios próprios. Nesse contexto, a internet também é vista como alavanca para a carreira profissional, permitindo alcançar patamares mais competitivos.



CYNTHIA SERVA

“A internet dá oportunidade a novos modelos de negócios, até então desconhecidos. E, cada vez mais, o jovem percebe isso. Percebe que ele pode, a partir de muito pouco recurso, gerar uma empresa, com capilaridade, com capacidade de escala”.

Com relação à intenção de empreender utilizando a internet, **mais de um terço dos entrevistados afirma que pensa em desenvolver um modelo próprio de empreendimento**. Confirma-se, portanto, a prevalência de uma visão otimista do jovem brasileiro conectado frente ao seu potencial empreendedor, com o suporte da rede mundial de computadores. Porém, tal visão não é homogeneamente distribuída ao largo de todo o País.

Os dados mostram de maneira consistente que, via de regra, **os jovens da região Nordeste são os que mais acreditam e demonstram entusiasmo com o potencial de apoio da internet a seus projetos pessoais de empreender**. Parte desse comportamento mais eufórico pode ser motivado por um importante conjunto de iniciativas de apoio ao desenvolvimento de polos e de projetos de tecnologia (como o Polo Digital do Recife, por exemplo), adotadas nos últimos anos na região.

No sentido contrário, **os jovens da região Sul são os que demonstram menos entusiasmo e confiança no potencial de apoio da internet ao desenvolvimento, planejamento e implantação de projetos de empreendedorismo**. A eles, porém um pouco mais otimistas, se seguem os jovens do Norte.

Em geral, para todas as afirmativas avaliadas, a **frequência de posicionamentos neutros é bastante homogênea** para os jovens de todo o País, com **médias que vão de 18% a 25%**. A única exceção em relação a esta constatação foi observada em relação à população do Sul. Neste caso, os níveis de neutralidades são bem mais consideráveis atingindo entre 33% e 37%, dependendo da assertiva analisada, mas sempre em níveis muito superiores aos encontrados para as outras regiões do Brasil.

A percepção do empreendedorismo pelos jovens é fortemente correlacionada à **autonomia pessoal que o negócio próprio pode trazer**. Para a especialista Cynthia Serva, tal situação desemboca em um dilema que divide o jovem psicológica e emocionalmente: como equilibrar os anseios da segurança potencialmente oferecida pela opção do emprego formal (ainda que sob o risco permanente da perda da colocação) e a busca de realização pessoal. Para ela, um importante fator crítico da sociedade brasileira contemporânea e que denota falha no apoio ao jovem nesta importante etapa de seu desenvolvimento pessoal e profissional é o despreparo da maioria das escolas no efetivo enfrentamento do problema.



CYNTHIA SERVA

“As pessoas ainda têm esse anseio por segurança no trabalho. Essa segurança, na maioria das vezes, está atrelada ao dinheiro, ao salário e à expectativa de não correr riscos de demissão, o que é um grande dilema. Eu não busco nenhuma oportunidade profissional, mas apenas o dinheiro? Eu busco apenas segurança? Ou eu busco realização pessoal? Então, esses são temas mais profundos. Acredito que a nossa sociedade como um todo e a grande maioria das escolas ainda não estão muito preparadas para responder a essas questões”.

O sonho de ser o próprio chefe surge, para muitos deles, como opção viável. Mas, muitas vezes se apresenta como **possibilidade concreta somente no futuro distante, posterior à conquista de experiência como empregado** (de empresas públicas ou privadas) e ao acúmulo de recursos próprios.

“Para mais tarde. No momento ainda preciso trabalhar para os outros. Mas futuramente quero ser meu próprio chefe. Não dá para ficar dependendo dos outros no futuro”.



PAMELLA GONÇALVES

“A grande motivação para empreender é a independência, e não tanto a questão financeira. Não ter chefe, poder trilhar o próprio caminho, ter mais autonomia... Tem muito a ver com a independência de uma forma geral. Óbvio que o financeiro passa a ser importante, à medida que a idade avança. Para o cara mais próximo dos 20 anos, é mais importante a independência; para o mais próximo dos 30, a questão financeira acaba sendo mais importante”.

“Meu avô sempre trabalhou para ele mesmo e o meu pai não, sempre foi funcionário. Meu avô já tem a casa dele e três carros. Não é uma coisa material, tipo eu tenho mais dinheiro, mas eu me esforcei e agora posso viver bem. E meu pai não: ele ficou muito preocupado em ir atrás de emprego e menos em crescer como profissional, como pessoa”.

Assim, inseguranças e instabilidades surgem como ameaça à felicidade, à realização do trabalhador:

“Funcionário tem prazo de validade”.

“Não dá mais para ser funcionário dos outros. Você faz de tudo pela empresa e, de uma hora para outra, você é demitido sem motivo nenhum. Então essa é uma das vontades que o brasileiro principalmente deveria ter. França, Inglaterra, Estados Unidos, eles já são superiores ao Brasil”.

Nesse contexto, tanto a internet quanto os órgãos de apoio setorial como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), são vistos como potenciais aliados.

“Já entrei no Sebrae para pesquisar sobre como formar uma empresa. Eles dão vários cursos de como pesquisar o mercado e ter de como usar o dinheiro, por exemplo”.

Importante reconhecer também que **o empreendedorismo não aparece como uma solução viável e atraente para todos os jovens**. Alguns deles apontam dificuldades pessoais, falta de vocação, paciência ou condições materiais e intelectuais insuficientes para conduzir um negócio próprio.

“Participei de um curso de administração em que tinha que montar a minha própria empresa. A gente tinha de fazer todas as contas, desde o salário do funcionário até o da faxineira. Então, quando me dei conta da responsabilidade que é abrir e manter uma empresa; tem que ter muita paciência e noção do que está fazendo. Tem todo um percurso louco para fazer. Tem que ter autorização do governo... Quando vi isso pensei ‘deixa eu ficar lá mesmo porque isso vai dar muita dor de cabeça”.



CYNTHIA SERVA

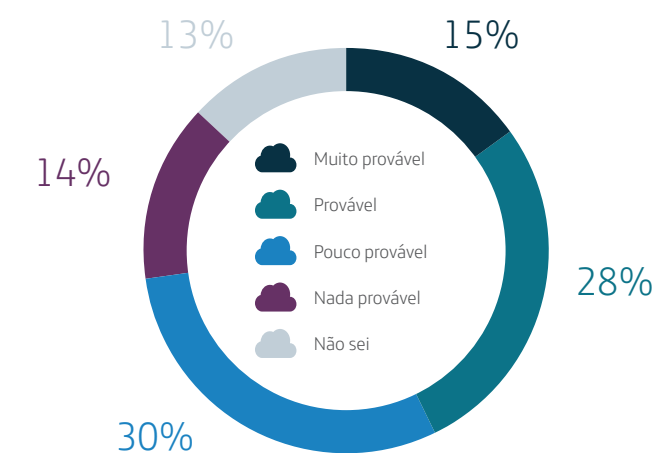
“Empreender significa correr muito risco e, para minimizá-lo, é preciso se dedicar a uma série de estudos de mercado, validar hipóteses para o negócio, verificar se é de fato rentável ou não. E então o jovem vê que dá trabalho. Por que o Facebook e o Waze, por exemplo, são pontos completamente fora da curva, histórias como essas não aparecem todos os dias. A grande maioria dos empreendedores que a gente conhece não acertaram de primeira, mas eles têm o desejo muito forte de construir algo por si próprios. Empreender vai muito além de ganhar dinheiro, e é isso que a gente tem que desmistificar. Empreender tem muito mais a ver com vocação, com entender qual é seu propósito. É necessário um profundo autoconhecimento, é preciso entender exatamente no que se é bom, o que se gosta de fazer, o que traz felicidade e só então colocar todas as energias em cima daquilo”.

Para muitos deles, em especial para os jovens das classes C e D, os históricos profissionais de familiares e pessoas próximas aponta para um sucesso maior dos que se empenharam em negócios próprios, em contraposição aos que seguiram carreira como assalariados.

EMPREENDER NÃO É PARA TODOS

Quando perguntados sobre a probabilidade de virem a abrir um negócio próprio nos próximos cinco anos, 28% dos jovens entrevistados dizem considerar tal iniciativa provável e 15% muito provável, indicando que **43% dos jovens conectados vislumbram um horizonte empreendedor em um cenário de cinco anos**.

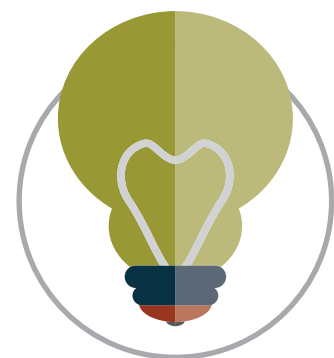
PROBABILIDADE DE O JOVEM INTERNAUTA BRASILEIRO VIR A ABRIR UM NEGÓCIO PRÓPRIO NOS PRÓXIMOS CINCO ANOS



O percentual de jovens que considera pouco provável empreender foi mais expressivo para os habitantes da região Nordeste (36%), tanto para os moradores das capitais quanto para os das cidades do interior. Entre todas as áreas e localizações de moradia pesquisada, **o maior índice de jovens que vê no empreendedorismo uma possibilidade remota vive nas capitais da região Sul (41%).**

Dentre os que consideraram o fenômeno provável, o nível de otimismo mais intenso é observado para os jovens da região Centro-Oeste (35%), especialmente para os habitantes das cidades do interior (42%). Em contrapartida, os menos estimulados nesta direção foram os jovens da Região Sul (18%), tanto para os moradores das capitais, quanto do interior.

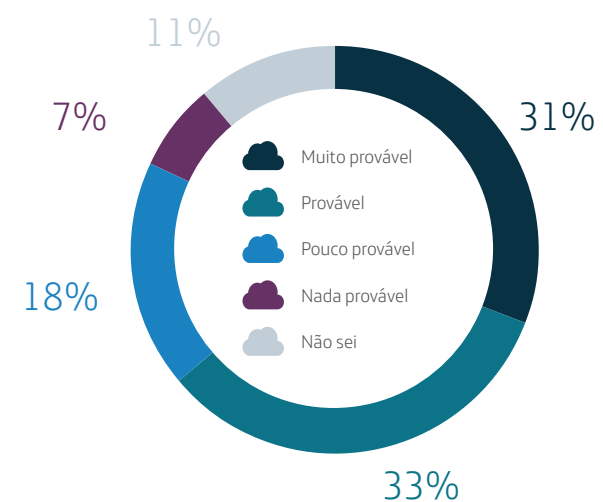
Os jovens que apontaram **alta possibilidade de abrir um negócio próprio nos próximos cinco anos** se concentram na **região Norte (19%)**, sendo que o nível de respostas encontrado, por área de moradia, é de 18% nas capitais e de 20% nas cidades do interior. Coerentemente com as respostas já discutidas anteriormente, os jovens da região Sul são os que mais declaram considerar nada provável abrir um negócio próprio nos próximos cinco anos. Nesse caso, a média regional é de 21%, um percentual que sobe para 27% quando observados apenas os moradores das capitais e que cai para 18% entre os jovens das cidades do interior. Entre os que não souberam responder à questão, a maior parcela relativa concentra-se no Sul (19%), e mais significativamente nas cidades do interior (25%).



Quando se expande o horizonte de tempo, aumenta significativamente a percepção do empreendedorismo como possibilidade pessoal.

PROBABILIDADE DE O JOVEM INTERNAUTA BRASILEIRO VIR A ABRIR UM NEGÓCIO PRÓPRIO NOS PRÓXIMOS DEZ ANOS

Entre as causas prováveis para essa mudança de percepção estão:



- 1 A conclusão dos estudos, provavelmente incluindo carreiras universitárias
- 2 A conquista de experiência a ser adquirida no trabalho como empregado
- 3 O acúmulo de capital inicial durante o período em que trabalha como empregado de terceiros para viabilizar o início de um negócio próprio



CYNTHIA SERVA

“Você percebe uma diferença muito grande de motivação entre as faixas etárias. O menino que pensa em empreender aos 18 anos está muito preocupado em encontrar uma oportunidade de negócios que traga dinheiro rápido. Talvez eu não possa colocar isso como uma verdade absoluta, mas a grande maioria busca dinheiro em um curto espaço de tempo e reconhecimento rápido, principalmente porque ele ainda associa empreender a esses nomes mais conhecidos, a esses modelos de negócios mais famosos”.

Na média regional, **os maiores índices estatísticos para os jovens que consideram provável abrir um negócio próprio nos próximos dez anos foram observados no Norte (37%) e no Centro-Oeste (36%)**. Entre todas as áreas pesquisadas, os mais otimistas quanto a esta opção vivem no interior da região Sudeste (38%).

Na opção muito provável, o destaque é dos jovens da região Norte (40%), especialmente os das cidades do interior (44%). A eles se seguem os do Nordeste, com índice de participação percentual relativa de 35%, observado principalmente junto aos jovens moradores das capitais (39%). Os menos estimulados em relação a esta opção de futuro foram os jovens da região Sul, onde a média é de 22%, um percentual que cai para 14% entre os entrevistados que vivem nas capitais.

É na região **Nordeste que se localiza o maior percentual relativo de jovens que consideravam pouco provável empreender daqui a dez anos (25%)**. A diferença de valor para os jovens das cidades do interior é notável: 29%. A região Sul vem logo em seguida, concentrando 21% de jovens que consideram pouco provável se tornar empreendedores no período apontado, com maior destaque para os que vivem nas capitais (27%).

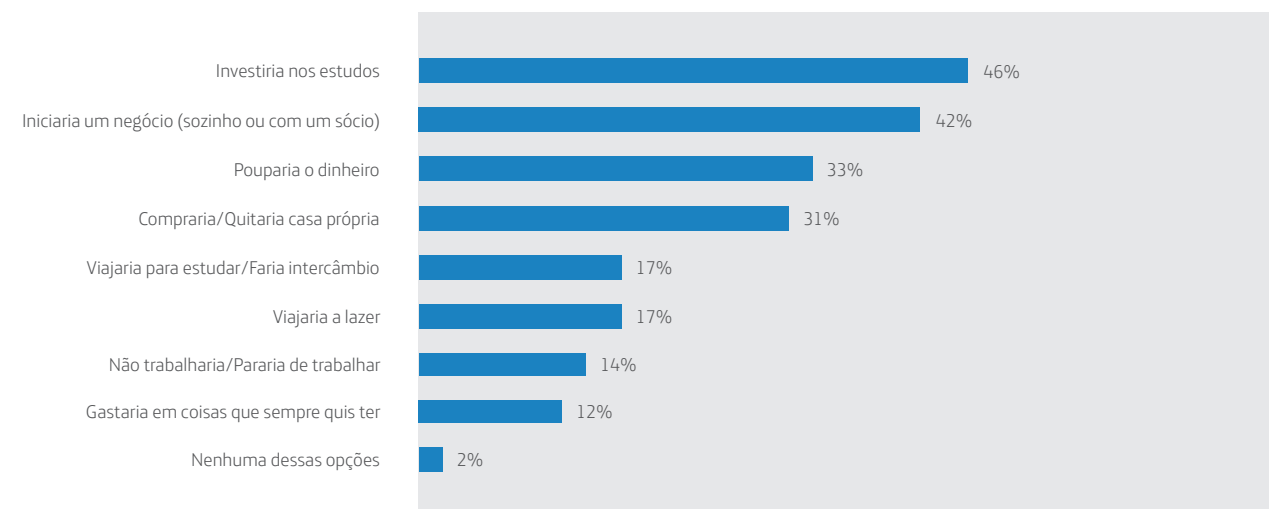
Entre aqueles que apontaram a opção **“nada provável”** para este quesito, a maior concentração foi identificada no **Centro-Oeste: 10%**. Nesse caso, cabe destacar, ainda, que a resposta foi mais significativa nas capitais (11%) do que nas cidades do interior (9%).



O QUE ELES FARIAM COM UMA HERANÇA DE R\$ 50 MIL

Considerando a hipótese de que herdassem uma quantia de R\$ 50 mil, a maioria dos jovens brasileiros conectados informam que, considerando várias possibilidades de resposta: investiriam em estudos (46%) e/ou iniciariam um negócio sozinho ou com um sócio (42%).

O QUE O JOVEM INTERNAUTA BRASILEIRO FARIA COM UMA INESPERADA HERANÇA DE R\$ 50 MIL



Proporcionalmente, **os jovens que informam maior índice de preferência pelo investimento nos estudos são os das regiões Norte e Nordeste, ambos com participação média de 56%**. Cabe destacar que para os jovens das cidades do interior da região Norte, esse valor sobe para 67%. Inversamente, é na região Sul que se encontram os menores índices percentuais relativos para esta opção: 36% na média regional; 39% nas capitais e 35% no interior.

No Brasil, **predomina o entendimento da superioridade qualitativa da escola privada** sobre a pública, o que ajuda a entender a grande **importância aspiracional observada na destinação de eventuais recursos extras a esta modalidade de ensino**. Sabe-se que a educação representa para o jovem brasileiro a mais importante e decisiva chave de acesso à mobilidade social. Além disso, é possível constatar o crescimento da importância social conferida à educação como garantia de um melhor posicionamento no mercado de trabalho e de conquista de maior status social – embora a percepção dos jovens (captada em questões colocadas por esta pesquisa) sobre o papel da escola em suas vidas nem sempre evidencie isso.

Com a recente expansão dos níveis da empregabilidade formal, bem como da melhoria salarial e das condições socioeconômicas de expressivas parcelas da população brasileira, surgiram renovadas e intensas demandas pelo ensino de melhor qualidade no País, denotando uma nova ordem de interesse do brasileiro pela sua própria educação e a de sua família.

Dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) mostram que **de 2002 a 2012 o percentual de brasileiros maiores de 22 anos que tinham até quatro anos de estudo passou de 60% para 33,1% da população**. No mesmo período, a parcela dos que tinham 12 ou mais anos de estudo elevou-se de 7,6% para 15,9%. No Brasil, constata-se uma forte e elevada correlação positiva entre níveis de ensino e valores dos salários recebidos. Avalia-se que, **em média, há um acréscimo de 10% nos salários para cada ano adicional de estudo conquistado**.

O acesso ao estudo, no entanto, demanda investimentos com os quais a família nem sempre pode arcar. **Para ter acesso à educação, especialmente à de nível superior, muitas vezes o jovem se vê compelido a ingressar no mercado de trabalho**. Fato que, por sua vez, aumenta o grau de dependência da escola privada, que concentra a oferta de cursos no período noturno. Os dados do Censo da Educação Superior 2012, do Ministério da Educação, registram a existência de pouco mais de 7 milhões de estudantes universitários no Brasil, 73% dos quais matriculados em cursos superiores particulares. Entre esses 73%, **é considerável o número de estudantes que arca com os custos de sua própria educação**. Dados do Censo da Educação Superior comprovam que **o número de matrículas em cursos universitários noturnos já representa quase o dobro dos diurnos. Há dez anos, eram praticamente equivalentes**. Em todo o País, **apenas seis estados têm mais alunos matriculados em cursos superiores oferecidos por escolas públicas do que pelas particulares**. Quatro deles ficam no Norte (Acre, Pará, Roraima e Tocantins), um no Sul (Santa Catarina) e um no Nordeste (Paraíba).

Regionalmente, **o maior impulso empreendedor para o recurso financeiro hipoteticamente herdado** é observado entre os jovens do **Nordeste (53%)** e ainda um pouco mais significativamente para os moradores das capitais (54%). Porém, quando

observadas as regiões de moradia, **o maior percentual relativo é encontrado entre os jovens que vivem nas capitais da região Sul (56%)**. Em sentido contrário, o menor interesse empreendedor para tais recursos é observado no Sudeste (38%) – e ainda mais significativamente nas capitais (35%).

Em contrapartida, os **jovens do Sudeste são os que mais declaram interesse em destinar a herança inesperada à poupança**, sendo que esta opção agregou 35% das respostas, tanto para os moradores das capitais, quanto das cidades do interior. No sentido oposto, estão os jovens do Centro-Oeste: 26% deles pouparia os R\$ 50 mil – uma parcela significativamente inferior às observadas para outras regiões do País.

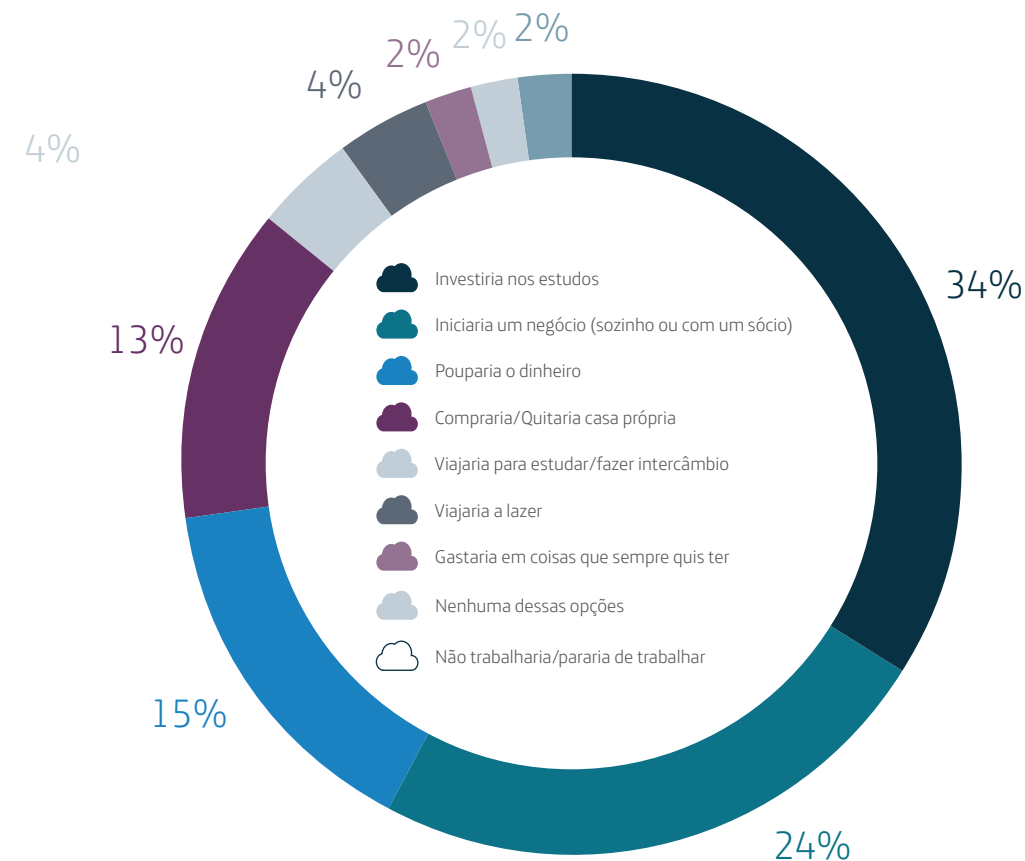
Em relação à casa própria – aquisição ou quitação – o comportamento observado foi sensivelmente homogêneo para os jovens de todo o País, com exceção dos jovens que residem nas capitais das regiões Norte e Sul, onde os percentuais se elevaram substancialmente, para 38% e 43%, respectivamente.

Gastar a herança hipotética em **viagens de estudo ou intercâmbios** foram opções que atraíram os jovens das regiões **Norte, Sudeste e Nordeste**, com índices de participação percentual relativa de 22%, 19% e 18%, respectivamente. Em sentido oposto, os menores interesses relativos por esta opção foram localizados junto aos jovens habitantes do Centro-Oeste (9%) e do Sul (14%).

Em termos macrorregionais, os **gastos com viagens de lazer** atraíram mais intensamente os jovens da região Sudeste (20%), seguidos pelos da região Norte (18%). Porém cabe ressaltar que o maior índice nacional de resposta para esta opção é encontrado para **os jovens das capitais da região Sul (23%)**. **Foram eles também os que mais intensamente declararam, em todo o País, que gastariam os recursos da herança hipotética em objetos de consumo, como roupas, carro, objetos e luxo e outros itens afins (19%)**.

Considerando as mesmas possibilidades de aplicação dos recursos, mas restringindo a possibilidade de resposta a uma única opção, cada jovem ouvido pela pesquisa pôde apontar a opção que considerava mais importante.

ENTRE AS OPÇÕES PARA APLICAR UMA HERANÇA INESPERADA DE R\$ 50 MIL, QUAL VOCÊ CONSIDERA MAIS IMPORTANTE?



A opção oferecida de **não trabalhar ou de deixar de trabalhar** não tem representação estatística por parte dos respondentes. Ao mesmo tempo, 2% deles declara não optar por nenhum dos enunciados apresentados e 4% não sabe responder à questão.

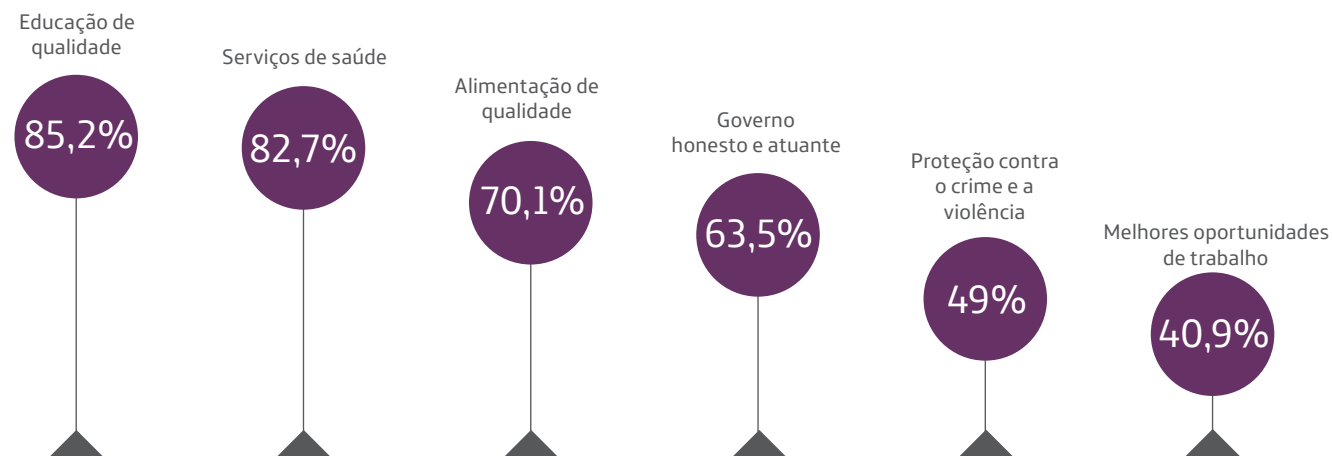
A opção por **investir nos estudos** – nacionalmente a mais significativa entre todas as opções apresentadas aos jovens respondentes – adquiriu máxima expressão na região **Nordeste**, com participação percentual relativa de **45%**, tanto para a região das capitais, quanto para as cidades do interior. Cabe destacar que idêntico valor foi ainda encontrado junto aos jovens

das cidades do interior da região Norte. Em sentido contrário, as menores expressões percentuais relativas foram localizadas junto aos jovens da região Sul (23%).

Esses dados vêm confirmar achados de outras pesquisas, que apontam que o maior sonho da juventude brasileira é ter acesso à educação de qualidade. De fato, segundo estudo realizado pela Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República (SAE), através da sua recém-criada Comissão Nacional de População e Desenvolvimento (CNPd)*, entre as mais altas prioridades do jovem brasileiro estão:

*Pesquisa de campo realizada pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), em maio de 2013, na qual se incluiu a categoria dos jovens de 15 a 29 anos de idade. Foram consultadas, no total, 10 mil pessoas entre jovens e não-jovens. Cada entrevistado escolheu entre 16 temas quais eram as suas seis – e somente seis – maiores prioridades.

PRIORIDADES DO JOVEM BRASILEIRO



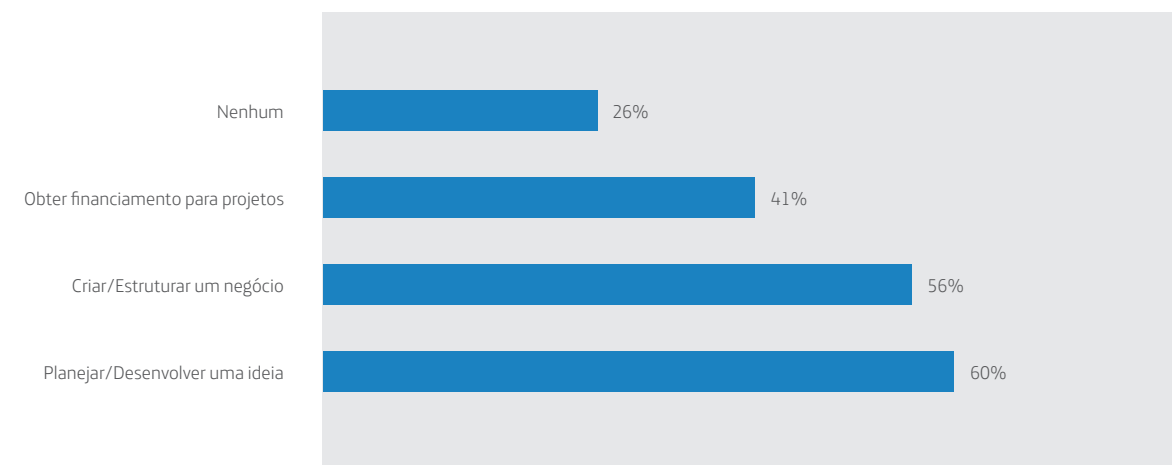
Fontes: IPEA, maio 2013, "Juventude que conta", Marcelo Neri, parte do seminário Juventude e Risco, maio 2014

A opção empreendedora ganha contornos mais expressivos para a juventude conectada das regiões Norte (35%) e Centro-Oeste (32%). Em todas as regiões e áreas de moradia de todo o País, o maior entusiasmo é encontrado entre os jovens moradores das capitais da região Norte (38%). A opção de adquirir ou quitar a casa própria se mostra relativamente homogênea para os jovens pesquisados de todo o Brasil, à exceção dos que vivem nas capitais da região Sul, onde a opção tem expressão destacada, de 24%. **A intenção de poupar é mais valorizada pelos jovens das cidades do interior da região Sul (19%) e das capitais da região Sudeste (15%).** Já o apelo ao consumo de objetos de desejo atrai mais os jovens das capitais da região Sul (6%) e do interior da região Sudeste (5%).

A INTERNET COMO PLATAFORMA PARA O EMPREENDEDORISMO JUVENIL

O jovem conectado brasileiro mostra que sabe utilizar a internet para planejar ou desenvolver uma ideia empreendedora em 60% das entrevistas realizadas. Admitindo-se respostas múltiplas para esta questão, observou-se, ainda: 56% disseram saber buscar apoio na internet para criar ou estruturar um negócio e 41% que sabem fazê-lo para obter financiamento para um projeto de negócio.

USO DA INTERNET PARA BUSCAR APOIO AO EMPREENDEDORISMO



Em termos macrorregionais, são os **jovens do Sudeste e do Centro-Oeste os que mais se acreditam preparados para o uso da internet no apoio ao planejamento e/ou desenvolvimento de uma ideia de negócio ou empreendimento (62%).** Cabe, entretanto, destacar que os índices encontrados nestas regiões não são muito superiores aos do Nordeste, especialmente nas áreas das capitais, onde os percentuais equivalem aos valores anteriormente apontados. Em sentido contrário, os jovens que se consideram menos preparados concentram-se nas regiões Sul e Norte, com 52% e 53%, respectivamente.

Os jovens do Sudeste são os que mais se consideraram aptos a usar a internet no apoio à criação ou estruturação de um projeto ou negócio. De fato, 60% deles acreditam estar nesta condição, tanto nas capitais (59%), quanto no interior (61%). Entre os demais, observa-se pequena variação estatística, à exceção dos moradores das capitais da região Sul, onde o percentual é inferior (40%).

Os que se declaram **mais hábeis e preparados para usar a internet no apoio à obtenção de financiamentos são os jovens das cidades do interior das regiões Norte (53%) e Centro-Oeste (50%).** E os que se dizem os mais desinformados ou

menos preparados para utilizar a internet como suporte ao empreendedorismo estão concentrados no Nordeste e no Sul, com participação percentual relativa de 31% e de 30%, respectivamente.

Perguntados se **a internet ajuda no desenvolvimento da carreira profissional**, os jovens conectados entrevistados em todas as regiões brasileiras **concordam totalmente em 51% dos casos.** Regionalmente, são os jovens do Nordeste os que se mostram mais entusiasmados em relação ao uso da Internet no apoio ao desenvolvimento da carreira: 51% concordam totalmente com a proposição, especialmente os moradores das capitais (53%). Merece destaque nesse quesito a juventude conectada da região Sudeste (41%). Em sentido contrário, posicionam-se os jovens habitantes das regiões Norte e Sul, com participações relativas de, respectivamente, 30% e 33%. Para as opções seguintes, que concordam quase totalmente com a assertiva, os resultados mostram-se mais favoráveis também para a juventude do Nordeste e do Sudeste.

Quando questionados se era possível ganhar dinheiro trabalhando com as ferramentas da internet, 51% dos jovens de todo o Brasil concordam totalmente com a assertiva.

Os que mais acreditam ser possível ganhar dinheiro utilizando as ferramentas da internet estão concentrados no Nordeste (52%), tanto no caso dos moradores das capitais, quanto das cidades do interior. A eles se seguem os do Centro-Oeste (45%) e do Sudeste (41%). Em ambos os casos, as **participações percentuais foram especialmente mais significativas para os que viviam nas capitais (50% e 45%, respectivamente)**.

Dos que concordam totalmente que **a internet contribui para a criar novos produtos, serviços ou projetos, os mais entusiasmados são os jovens do Nordeste (42%), especialmente os das cidades do interior (46%)**. A eles se seguem os representantes da juventude conectada do Sudeste (36%) e do Centro-Oeste (33%). No sentido oposto, os menores índices de aquiescência em relação ao enunciado proposto foram localizados nas regiões Norte e Sul, com 25% de participação cada uma.

Apesar de enxergarem na internet potencial para desenvolver produtos ou gerar novos negócios, 35% dos jovens afirmam não pensar em usar a internet para desenvolver um modelo próprio de empreendimento. Uma parcela adicional de 24% deles declara mais concordar do que discordar com a afirmação. **Como nos casos anteriores, a juventude mais entusiasmada em pensar o uso da internet para o desenvolvimento de modelos próprios de empreendimentos encontra-se, em ordem de importância percentual relativa decrescente, no Nordeste, Centro-Oeste e Sudeste**, com índices de concordância total de 29%, 27% e 26%, respectivamente. Se a esses percentuais forem agregados os dos jovens que mais concordam do que discordam, os totais se elevam, também respectivamente, para 58%, 54% e 46%.

Quando questionados se **a internet pode acelerar o desenvolvimento de projetos, 52% dos jovens conectados brasileiros concordam totalmente ou quase totalmente** com a afirmação, sendo que percentuais ainda maiores foram observados para os jovens do Nordeste (53%), tanto nas áreas das capitais, quanto na das cidades do interior. Se a este valor, se somarem ainda os percentuais dos que mais concordam do que discordam o total apurado se eleva para 76%, agregando agora o entusiasmo dos jovens residentes nas regiões Centro-Oeste (35%), Sul (30%) e Nordeste (27%).

Quanto ao potencial da internet para levantar dinheiro e/ou financiamento para a realização de novos projetos e/ou negócios empreendedores, os jovens brasileiros conectados majoritariamente declaram concordar totalmente ou quase totalmente que sim, em 41% das respostas. Também neste caso, os maiores níveis de entusiasmo se fizeram sentir junto às jovens populações das regiões Nordeste (36%), Sudeste (30%) e Centro-Oeste (29%). **Portanto, constata-se que a maioria da juventude conectada brasileira tende a confiar na internet como fonte de obtenção de recursos financeiros para a implantação de projetos empreendedores.**

A pesquisa investigou também o que pensa o jovem conectado brasileiro a respeito da **internet como fonte de estímulo à inovação e à geração de novas ideias e soluções**. Pelas respostas obtidas, pode-se observar que a maioria deles (52%) concorda

totalmente ou quase totalmente. Os maiores valores estão, novamente, concentrados na **região Nordeste (47% e 30%, respectivamente)**, seguidos pelos das regiões **Centro-Oeste (39% e 17%, respectivamente)** e **Sudeste (39% e 11%)**. Os níveis de neutralidade para esse quesito foram mais significativamente observados na região Sul (33%), seguida da Centro-Oeste (28%).

Finalmente, **45% dos jovens brasileiros conectados concordam totalmente ou quase totalmente que a internet estimula o espírito empreendedor**. Agregando os percentuais que dizem mais concordar do que discordar, o total se eleva para 71%.



CYNTHIA SERVA

“Eu acho que quando a gente fala em empreendedorismo hoje, não só no Brasil, mas em qualquer lugar do mundo, existe um certo glamour. Primeiro, porque as histórias conhecidas são as histórias de sucesso. Se você pedir para um jovem qualquer, um aluno qualquer, definir o seu modelo de empreendedor, uma figura inspiradora, a grande maioria vai citar o Mark Zuckerberg, do Facebook; o cara do aplicativo x; o Steve Jobs... Ele vai citar empreendedores que tiveram muito sucesso, e não necessariamente é assim. Esses caras também tiveram casos de insucesso. Então eles associam muito empreender como oportunidade de ganhar muito dinheiro em muito pouco tempo e de ser famoso em muito pouco tempo. É o tal do dinheiro e do reconhecimento, sabe? É preciso quebrar esse estereótipo de que você precisa criar uma grande empresa. Empreendedores não precisam necessariamente ser grandes empresários. Empreender está atrelado a você acreditar em algo, acreditar que é possível, buscar ferramentas, buscar conhecimento, porque só assim sua empresa vai se manter, vai se sustentar ao longo do tempo. Então você precisa sim buscar conhecimento para isso”.



No Brasil, o mês de junho de 2013 foi marcado por diversas manifestações de rua, que tiveram expressiva participação da população jovem. **Estima-se que entre os dias 12 e 17 de junho de 2013, cerca de 300 mil pessoas foram às ruas. No dia 20, esse número chegou a mais de 1,4 milhão, em 120 cidades brasileiras.** Diferentes tentativas de explicação sobre o seu real significado e abrangência social continuam dominando a academia e os debates na mídia. Muitos defendem que os **protestos são modos de experimentação e de despertar político** das novas gerações*, **ainda que as contradições que emergem das redes sociais** – pelo sucesso rápido e fácil da internet –, **desencorajem o trabalho mais difícil de criação de movimentos com estrutura e organização duradouras.**

Manuel Castells (2013)** em seu recente livro sobre os movimentos sociais na era e no contexto da internet defende ser esta justamente a posição adotada pelos movimentos sociais contemporâneos em muitos países (Tunísia, Islândia, Egito, Espanha, EUA – Wall Street, Brasil), ou seja, a de não optar pelo desenvolvimento de sistemas de estruturação e gestão formalizada dos movimentos, deixando-os fluir livremente. Muitos intelectuais e analistas dos recentes movimentos sociais acreditam que eles, em alguma medida, revelam jovens revoltados com as condições insatisfatórias de qualidade de vida e com a insegurança em relação ao futuro.

As novas tecnologias de informação e comunicação potencializam as ações e a atuação dos movimentos sociais, favorecendo as práticas da participação cidadã. Nesse contexto, o mundo juvenil é particularmente afetado e impactado, em múltiplos lugares, em todo o mundo conectado.

Para Manuel Castells***, os movimentos que ganharam as ruas brasileiras recentemente “aparecem como um momento de indignação, às vezes por algo que parece pouca coisa, mas que é uma gota a mais na sensação que existe em amplos setores de todas as sociedades de que as pessoas não contam”. O autor afirma que os movimentos nascem “de uma reação contra a injustiça, a pobreza e a opressão” e **são as possibilidades de articulação pelas redes digitais que lhes dão outra característica**

fundamental: a existência de um duplo espaço de autonomia – no espaço físico urbano e no ciberespaço. O que mudou é que os cidadãos agora têm um instrumento próprio de informação, auto-organização e automobilização que não existia.

Do ponto de vista coletivo, os novos sistemas de comunicação incrementaram extraordinariamente a organização dos movimentos sociais, ampliando o espaço político e o espaço de poder, estabelecendo uma relação íntima entre a autocomunicação de massas e o crescimento de novas formas de contrapoder. No contexto da crise sistêmica da capacidade das instituições de representação da sociedade – fundamentalmente os partidos e os sindicatos – em responder às pressões dos cidadãos e da crise de confiança no sistema político, **o mundo da comunicação está cada vez mais suscetível à intervenção e à produção de conteúdos por parte dos cidadãos, sem passar pelo filtro dos meios de comunicação tradicionais.** Esse espaço, em que se disputa e se constrói o poder atravessa hoje, “uma extraordinária transformação tecnológica, organizativa, empresarial e cultural”.

O movimento de insatisfação juvenil é compartilhado por milhões de jovens em várias partes do mundo: Istambul, Turquia (junho de 2013); Espanha (Indignados); Occupy Wall Street (Nova York, setembro de 2011), entre muitos outros exemplos. Nesse contexto, os jovens se tornaram mais exigentes por dois motivos:

Aumento do nível de escolaridade

Eles estão mais instruídos; quem estuda mais tende a entender melhor a realidade e ser mais crítico em relação a ela. Segundo dados do Inpe (Instituto de Pesquisas do Ministério da Educação), entre os **jovens de 18 a 24 anos**, aqueles que **cursaram o nível superior** passaram de **15%, em 2002, para 29,9%, em 2011.**

A recente crise econômica

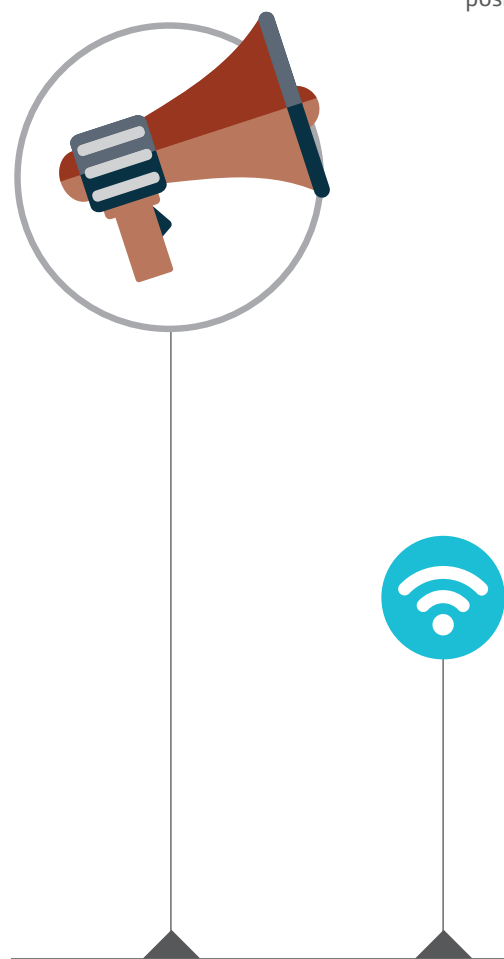
O crescimento econômico brasileiro, que chegou a ser de 7% ao ano, caiu para menos de 1%, em 2012, arrastando com ele a possibilidade de melhoria rápida no padrão de vida dos brasileiros –sobretudo os mais jovens. O País não conseguiu cumprir a expectativa de realização pessoal criada entre os jovens urbanos. O **desemprego entre os de 18 a 24 anos chegou a 12,4%, em maio de 2013**, o triplo da taxa observada entre trabalhadores mais velhos (BUSCATO; MAURO, 2013)*.

*Ver, por exemplo, as posições defendidas pelo historiador britânico Perry Anderson, professor da Universidade da Califórnia e um dos mais importantes teóricos marxistas contemporâneos.

**CASTELLS, Manuel. *Redes de indignação e esperança*: movimentos sociais na era da internet; tradução de Carlos Alberto Medeiros, 1 ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

***CASTELLS, Manuel. Entrevista concedida a Paulo Hebmüller. *Comunico, logo existo*, *Jornal da USP*, de 24 a 30 de junho de 2013, p.12.

*BUSCATO, Marcela; MAURO, Filipe. O novo ativista digital. *Época*, n.º 789, p.48-64, de 8 de julho de 2013.



Segundo Mônica Machado* , da UFRJ, "as causas que mobilizam os jovens são as que impactam o seu cotidiano, como transporte e educação. Mas não se pode dizer que eles sejam individualistas, porque **se propõem a resolver os problemas coletivamente. Reproduzem a dinâmica em que estão imersos nas redes sociais**".

Pelos resultados obtidos na presente pesquisa, **a maioria dos jovens conectados brasileiros acredita que a internet aumenta a participação das pessoas em manifestações e movimentos sociais e/ou políticos**. O levantamento demonstra que **52% concordaram total ou quase totalmente com essa afirmativa**, ante apenas 3% que assumiram posição oposta e 22% que se manifestaram de maneira neutra ou indiferente em relação ao tema. A **maioria** também se mostra **cautelosa e precavida em relação às fontes de informação sobre as manifestações convocadas via internet: 54% dos entrevistados concordam total ou quase totalmente com a afirmação de que antes de aceitar um convite feito pela internet para uma manifestação, verificavam se a fonte era confiável**. Em relação a este quesito, apenas 4% declararam posicionamento decididamente contrário e 17% mantiveram-se em posições consideradas neutras.

*MACHADO, Mônica. **Consumo e politização: discursos publicitários e novas formas de engajamento juvenil**. Rio de Janeiro: MaudX, 2011

A JUVENTUDE CONECTADA BRASILEIRA FRENTE AO ATIVISMO



- Discordo totalmente ou quase totalmente
- Mais discordo do que concordo
- Neutro
- Mais concordo do que discordo
- Concordo totalmente ou quase totalmente
- Não se aplica

Vale ressaltar que, **para o jovem brasileiro conectado, a participação nas mobilizações populares, mesmo que restrita ao ambiente virtual, sem envolvimento presencial, foi considerada totalmente válida.** Observe-se que quando questionados se não aprovariam ou concordariam com as pessoas que só participaram das movimentações sociais apenas pela internet, **27% dos jovens declaram concordar total ou quase totalmente que é preciso participar presencialmente.** Uma parcela sensivelmente inferior, de 14%, pelo contrário, declara discordar total ou quase totalmente, enquanto 27% dos entrevistados mantiveram-se em posições neutras relativamente ao assunto tratado.

O jovem internauta brasileiro pesquisado, de um modo geral, participou das movimentações sociais de junho de 2013. Se não foi pessoalmente às ruas, compartilhou, divulgou, acompanhou e comentou pelas redes sociais o que acontecia naquele momento, em várias regiões do País:

“Vi tudo na internet”

O jovem pesquisado considera válida e legítima a participação apenas digital nos movimentos sociais.

“O ativista do sofá é o cara que sabe de tudo, agita manifestações, mas direto de casa”.

“É a pessoa que só sabe protestar pela internet”.

“Pessoas que só participam dos abaixo-assinados, comparecem nos eventos mas nunca saem de casa realmente durante a manifestação”.

“Mesmo não saindo de casa, ter uma ação online já ajuda e muito”.

“Protestar só pela internet é mais fácil e cômodo, pois estou no meu conforto”.

“Não que seja menos influente, só é menos presente”.

“Nunca vi abaixo-assinado em livro”.

“Durante as manifestações de junho, fui um daqueles manifestantes de sofá. Compartilhei e comentei ativamente nos posts relacionados aos protestos”.

Quanto a **usar a internet para aprender sobre causas sociais, ambientais e políticas**, os jovens ouvidos pela pesquisa se dividem igualmente. Uma parcela de **36% da amostra concorda total ou quase totalmente** com o enunciado, e apenas 7% discorda total ou quase totalmente. **As posições neutras concentram 24% do total dos jovens entrevistados.**

Constata-se que **a maioria dos jovens pesquisados considera que produzir e compartilhar conteúdos nas redes sociais – tais como vídeos, fotos e textos – sobre problemas sociais e/ou ambientais são formas muito eficazes de protestar.** Nos seus resultados, a pesquisa contabilizou 43% de respostas de concordância total ou quase total com esse conceito, ante somente 5% de discordância total ou quase total, e 24% de neutralidade ou indiferença. Os resultados indicam de forma positiva a **percepção do jovem de que a internet pode ser um instrumento eficaz na conscientização e atuação efetiva na defesa de causas sociais e ambientais.**

Do ponto de vista do envolvimento com ações solidárias que implicam doações de dinheiro, tempo ou outros recursos para causas sociais, a maioria dos jovens pesquisados (35%), declara concordar total ou quase totalmente com a mediação facilitadora da internet. Do lado contrário, 8% deles discordam total ou quase totalmente com a afirmação, enquanto 25% mantêm posicionamento neutro.

Em relação à responsabilidade socioambiental das empresas, **a maior parte dos jovens conectados brasileiros (35%) diz que costuma pesquisar na internet sobre o comportamento socioambiental de uma empresa antes de adquirir produtos ou serviços.** Uma parcela de 13% discorda total ou quase totalmente com o ato e 23% mantêm neutralidade.

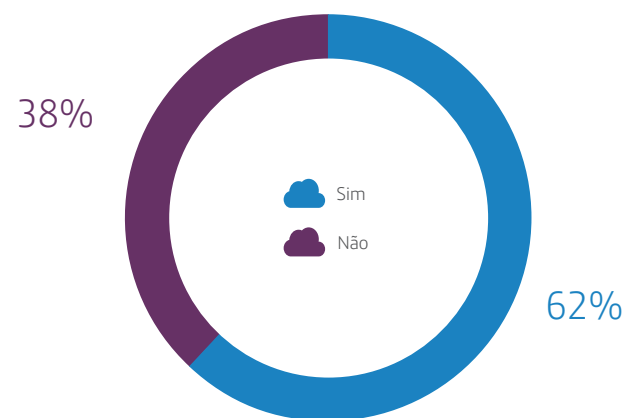


OS JOVENS NAS RECENTES MOBILIZAÇÕES SOCIAIS

Há que se destacar que uma expressiva parcela de **62% dos jovens brasileiros conectados declara já ter participado de pelo menos uma categoria de mobilização social ou política recentemente**. Entre estes, observa-se que, em média, participaram de entre 2 e 3 diferentes categorias de manifestação (a média é de 2,8 atividades por manifestante ativo). Entre aqueles que **nunca participaram de qualquer tipo de mobilização social** – e que somam 38% do universo pesquisado – a **maior concentração está na região Sul (53% na média regional e 54% nas capitais)**. Os jovens habitantes da região Sul foram também os menos ativos em todas as categorias de mobilizações sociais analisadas.

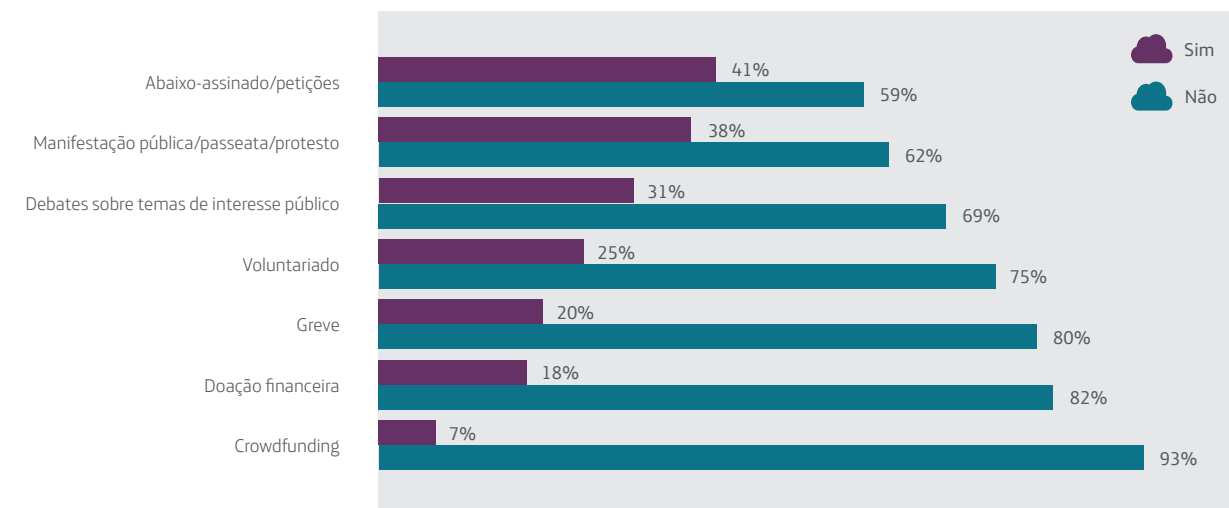
Do ponto de vista macrorregional, **a juventude conectada da região Centro-Oeste revelou-se a mais ativa em relação à maior parte das mobilizações sociais**. Porém, na análise do comportamento diferencial entre os jovens habitantes de capitais e de cidades do interior, **o Sudeste foi o que concentrou os maiores índices de mobilização social de todo o País para os jovens moradores de suas capitais**.

PARTICIPAÇÃO DA JUVENTUDE CONECTADA BRASILEIRA EM MOBILIZAÇÕES SOCIAIS



As manifestações sociais das quais os jovens participaram mais intensamente no período recente foram:

PARTICIPAÇÃO DA JUVENTUDE CONECTADA BRASILEIRA EM MOBILIZAÇÕES SOCIAIS, POR TIPOS DE MOBILIZAÇÃO

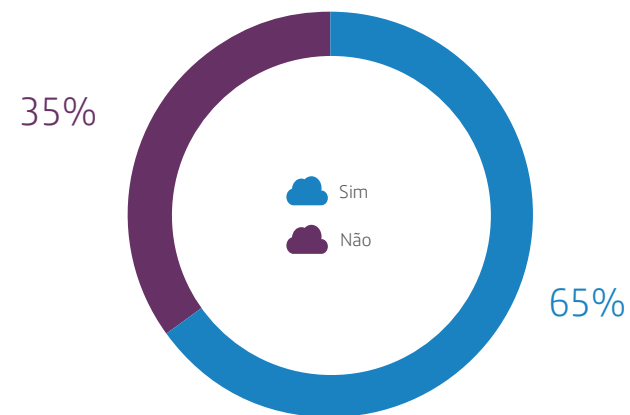


As manifestações públicas, como as passeatas e os protestos de rua, foram equivalentemente intensas em todas as regiões e áreas urbanas do País, exceto no interior do Nordeste, onde o índice é sensivelmente menor (25%). Doações financeiras de um modo geral mostram nível de significância maior no Nordeste (22%) e no Centro-Oeste (21%), tanto considerando as áreas das capitais, quanto as do interior. Já o **crowdfunding mostra forte concentração na região Sudeste, especialmente para os jovens habitantes das capitais (12%). Destacaram-se, ainda, os jovens do interior do Centro-Oeste (13%).**

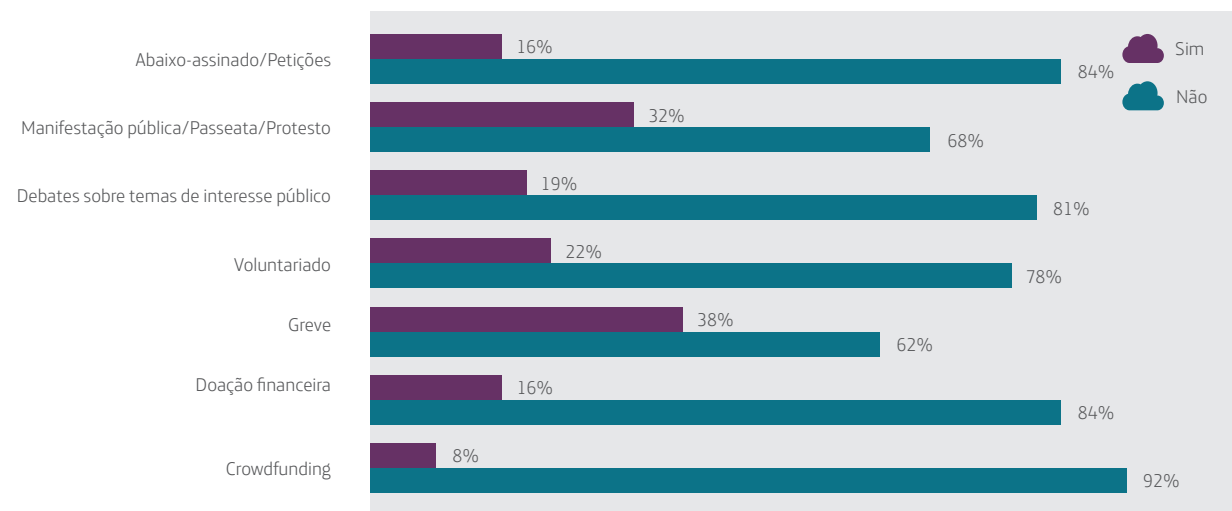
Quando perguntados se conheciam alguém próximo que tivesse participado de mobilizações sociais, 65% dos jovens disseram que sim.



O JOVEM INTERNauta BRASILEIRO CONHECE ALGUÉM QUE JÁ PARTICIPOU DE ALGUMA MOBILIZAÇÃO SOCIAL?



CONHECIMENTO DA JUVENTUDE CONECTADA DE ALGUÉM QUE JÁ TENHA PARTICIPADO DE ALGUMA MOBILIZAÇÃO SOCIAL, POR TIPO DE MOBILIZAÇÃO



No caso das manifestações via internet, os maiores índices de participação foram observados para a juventude conectada da região Sudeste (65%) e ainda mais intensamente para os moradores das capitais (72%). Interessante observar que, no caso das manifestações via celular e por serviço de mensagens instantâneas, a participação dos jovens da região Norte supera a dos moradores do Sudeste, com índices de respectivamente, 19% e 18% - e de 22% e 20% para os moradores das capitais. A principal justificativa para este fenômeno é a própria infraestrutura de oferta de serviços regionais no acesso à internet. Conforme já apontado anteriormente, na região Norte, o acesso predominante à rede mundial de computadores se dá via telefonia móvel (54,8%).

OS JOVENS NAS RECENTES MOBILIZAÇÕES SOCIAIS



SERGINHO GROISMAN

“Quando o jovem é chamado para uma luta que tem a ver com ele, ele vai para a rua, se mobiliza mesmo. O que aconteceu em junho foi uma coisa maravilhosa, e a internet entra como instrumento de mobilização. Uma semente muito forte foi lançada e coisas bacanas acontecerão a partir daí”.

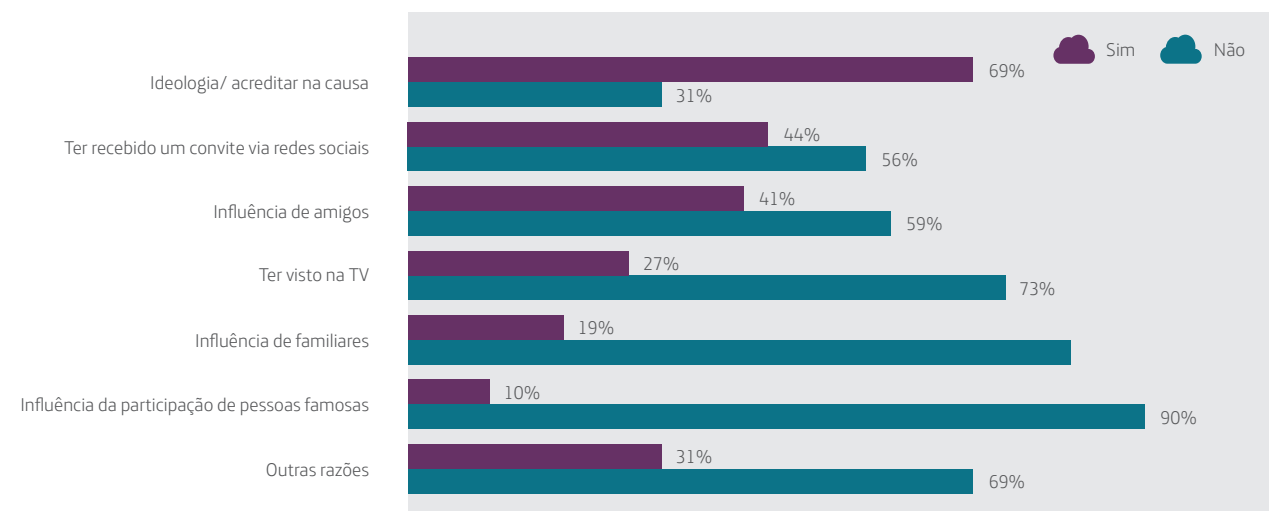
Quando perguntados sobre o que os motivou a participar das mobilizações sociais, 41% dos jovens conectados brasileiros dizem que foram por causa de amigos. Este é um indicador da forte conexão do jovem brasileiro com sua rede de relacionamento, desenvolvida e potencializada pelas redes sociais, e que tem uma capacidade enorme de influenciar comportamentos alicerçados por laços de amizade fortalecidas pela solidariedade virtual. Uma parcela de 31% dos jovens entrevistados apontou razões além das que estavam listadas entre as alternativas da pesquisa. Entre essas e outras possíveis fontes de influência, devem ser mencionados os professores, apontados nos grupos focais realizados durante a etapa qualitativa da pesquisa, como fortes fontes de influência sobre o comportamento dos jovens.

Nas mobilizações sociais de junho de 2013 no Brasil, pode-se constatar que, independentemente do gênero, faixa etária e condição socioeconômica, a mediação dos professores foi flagrante e intensa junto aos jovens internautas, com destaque para os docentes de disciplinas de Humanas (Filosofia, História, Geografia, Sociologia e outros citados), que mostraram gozar de mais forte empatia com a juventude do que os das demais áreas curriculares.

“Os professores foram os criadores do movimento. Eles passavam em cada sala chamando o pessoal e deram presença como incentivo, então a gente se reuniu e foi”.

“Com o pessoal da escola, e até os professores de Sociologia e Geografia. Eles também são ligados em assuntos políticos e mobilizaram as salas, explicaram a situação. Eles explicaram porque o movimento não era só por causa dos 20 centavos, porque a gente precisava ter consciência, porque a internet não era só um meio para conhecer essas pessoas e aprender tutorial de maquiagem... eles explicaram que a internet também é uma ferramenta que você pode usar para fazer alguma coisa pelo seu País, pelas pessoas e pela sociedade. Eu achei que foi muito importante o que eles fizeram”.

MOTIVAÇÃO DA JUVENTUDE CONECTADA BRASILEIRA PARA PARTICIPAR DE MOBILIZAÇÕES SOCIAIS

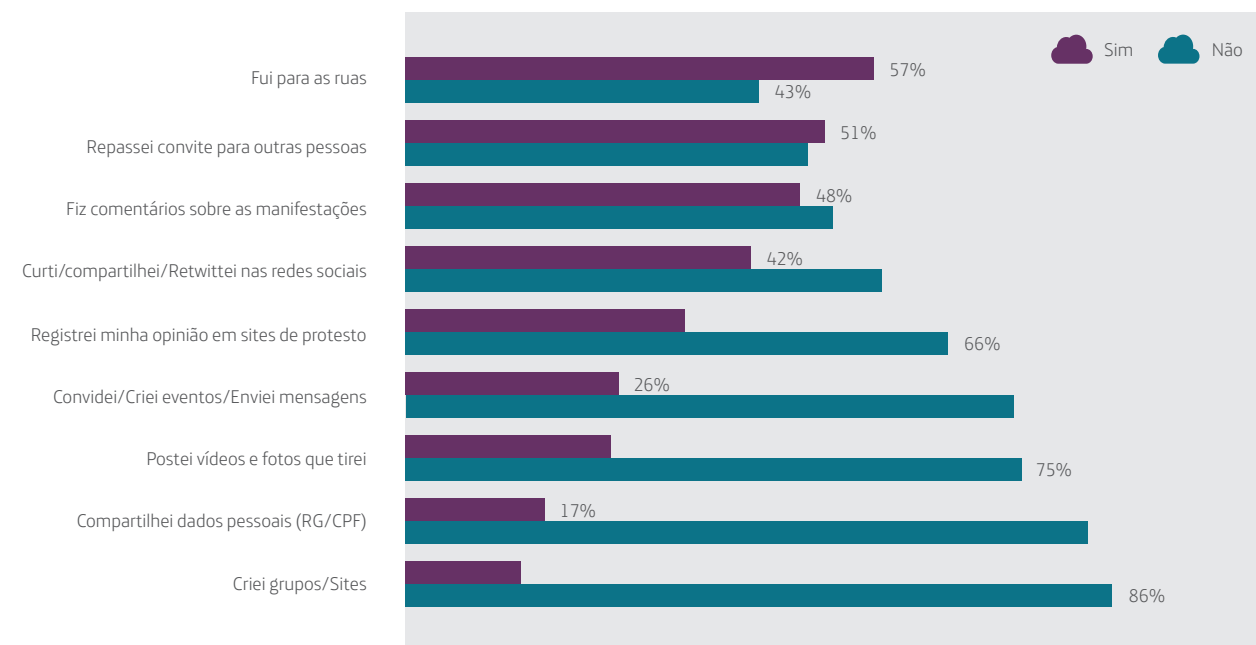


A influência exercida por amigos foi equivalente para os jovens das regiões Nordeste, Norte e Centro-Oeste, mas significativamente menos expressivas para os moradores das regiões Sudeste e Sul. A influência da TV, por sua vez, foi maior junto aos jovens conectados do Sudeste (29%), especialmente para os habitantes das capitais (33%). Também foram esses mesmos jovens das capitais do Sudeste que receberam maior impacto da influência exercida por familiares (25%).

AS FORMAS DE PARTICIPAÇÃO JUVENIL

No tocante às formas de participação nas mobilizações sociais, 57% dos jovens conectados brasileiros foram às ruas, fenômeno que se mostrou ainda mais intenso nas capitais (61%) de todo o País.

FORMAS DE PARTICIPAÇÃO DA JUVENTUDE CONECTADA BRASILEIRA NAS MOBILIZAÇÕES SOCIAIS



Em termos nacionais, as ações de repassar convites recebidos foram mais intensas para os jovens conectados das regiões Norte (58%) e Nordeste (57%). O mesmo ocorreu em relação às ações de falar, fazer comentários ou produzir informações sobre as mobilizações.

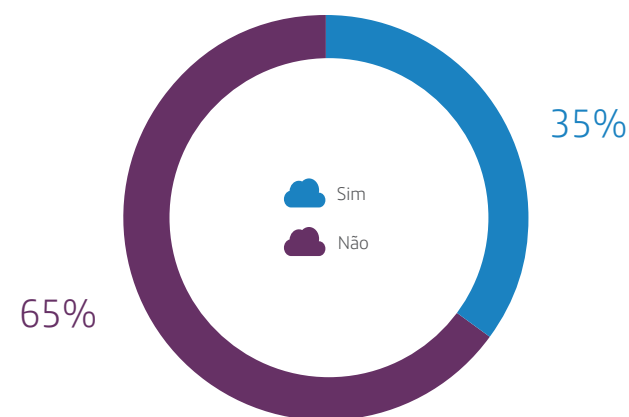
Quanto à participação nas redes sociais, os jovens da região Sudeste mostraram-se mais ativos do que no restante do País, com índice de participação de 45%, e concentração ainda maior nas capitais (50%). Situação similar ocorreu também em relação ao registro de opinião em sites de protesto, opção na qual os jovens do Sudeste concentraram participação de 37%, ainda mais significativa nas capitais (42%).

Os jovens da região Norte mostraram-se mais intensamente ativos em relação à ação de criar eventos e enviar mensagens para mobilizar as pessoas (37%), com resultados ligeiramente mais intensos nas capitais (38%).

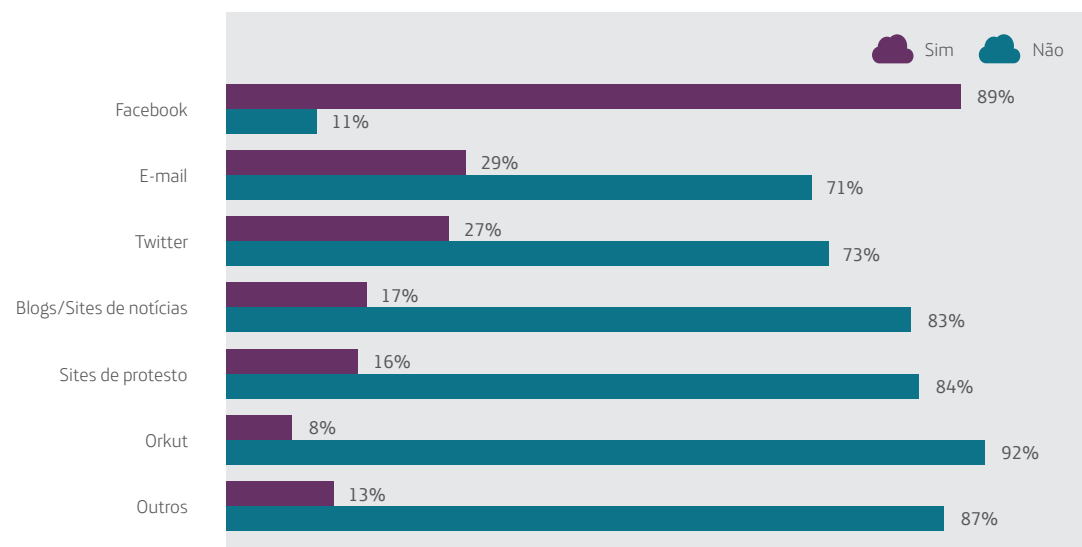
O UNIVERSO DIGITAL NAS MOBILIZAÇÕES SOCIAIS

Observa-se que **35% dos jovens internautas brasileiros utilizaram ferramentas da web para a mobilização social**. Este indicador é relevante, especialmente se considerarmos que os jovens tendem a usar a internet principalmente para atividades de entretenimento.

UTILIZAÇÃO DA INTERNET NAS MOBILIZAÇÕES SOCIAIS PELA JUVENTUDE CONECTADA



FERRAMENTAS DA WEB 2.0 UTILIZADAS NAS MANIFESTAÇÕES PÚBLICAS PELA JUVENTUDE CONECTADA BRASILEIRA



O uso do Facebook como ferramenta de mobilização e de participação social adquiriu sua máxima expressão no Nordeste brasileiro (96%), e ainda mais intensamente nas capitais da região, onde 100% dos jovens pesquisados que se envolveram com manifestações públicas declaram ter utilizado a ferramenta. A segunda região neste ranking foi a Norte (95%), principalmente para os jovens moradores das capitais (98%), e a terceira foi a Sul, com envolvimento de 91% dos jovens e de 100% dos moradores das capitais.

O uso mobilizador do e-mail foi mais intenso na região Sul (32%), com maior destaque relativo concentrado junto aos moradores das cidades do interior (42%). O Twitter, por sua vez, destacou-se para os jovens do Nordeste (38%) como ferramenta de mobilização e participação social com destaque sensivelmente acentuado junto aos habitantes das capitais (42%). Também se destacou para a região Sul (34%), mas nesse caso, o maior destaque relativo ficou com os moradores das cidades do interior (42%).

Em termos macrorregionais, a utilização de blogs e de sites de notícias foi mais significativa para os jovens moradores do Centro-Oeste (26%). Porém, considerando todas as áreas pesquisadas, jovens das cidades do interior das regiões Sul e Centro-Oeste têm os índices de participação mais significativo, com idênticos 32%. Como já era de se esperar, frente à redução de sua penetração social no Brasil, o Orkut teve pequena importância relativa na comunicação, informação e mobilização social no período recente. De fato, a ferramenta foi utilizada por 8% dos jovens participantes, com ligeiro destaque apenas para os que vivem nas capitais do Nordeste (13%) e no interior da região Sul (16%).

PARA ENTENDER AS MANIFESTAÇÕES DE JUNHO DE 2013

Nas manifestações de junho de 2013, e nas realizadas posteriormente – e que delas em boa parte decorreram –, o comportamento revelado pelos jovens internautas mostrou diferentes faces, independentemente do gênero, da faixa etária e da classe socioeconômica considerada. Ocorreram simultaneamente **diversas posturas e opiniões, que variaram desde o forte engajamento e defesa das causas políticas e ideológicas das mobilizações, até o descrédito e a desconfiança não apenas nos resultados e na eficácia das ações, mas até mesmo em seus efetivos propósitos.**

“E começaram com o vandalismo. Aí é outra coisa ... a tropa de choque inteira estava tampando todas as entradas; eu estava em frente à prefeitura com a galera, então muita gente começou a correr, porque vândalos começaram a atacar o pessoal do choque e o choque continuou parado. Aí falamos: ‘Não corre! Quem não estiver fazendo nada senta no chão e fica sentado que eles vão saber quem é!’”



FELIPE ALTENFELDER

“As manifestações, na minha avaliação, proporcionaram um salto quântico de consciência. A rua se configura como um novo espaço legítimo para a discussão política acontecer”.

“Uma pessoa que saiu na rua para ir atrás daquilo que ela quer ou por uma causa não vai quebrar nada. Tanto que teve uma manifestação perto da praça da Liberdade em que quebraram faróis e derrubaram as placas e as pessoas estavam fugindo... Os vândalos mesmo entraram no metrô. Todos com máscaras, tênis, eles vão preparados mesmo para essas coisas, parece que eles vão para uma guerra”.

“Muita gente caía na zoeira para quebrar... Era gente que ainda não pega um metrô lotado no horário de pico, que não pega um ônibus lotado. Na verdade são grupos de pessoas que curtem funk e gostam de ostentar. Então não sei, uns trabalham, outros não, mas pelo que eu vejo eles querem atenção, eles querem causar. A melhor manifestação que teve foi aquela que o pessoal invadiu o plenário”.

“Eles só reagiram quando viram a prefeitura a primeira vez, foi aí que baixaram o preço da passagem para R\$ 2,95. Mas já está R\$ 3,00. Não adiantou nada. Acho que eles viram que a gente esquece das coisas rápido. Acho que devia ter continuado, talvez desse resultado”.

“Mas não adianta ter política boa se o povo não vai votar. O povo erra. Acontece... Passagem... Ah! Vamos fazer manifestação. O que adianta fazer a manifestação se vocês no final do ano votam pela mesma pessoa?”.

Nestes discursos, surgem muitas referências aos componentes de grupos percebidos pelos jovens entrevistados como “vândalos”, “baderneiros”, “arruaceiros”. **O jovem deixa transparecer, em relação a estes agentes, um sentimento de aversão e de distanciamento.** Ainda que o descrédito e a desconfiança nas mobilizações sociais tenham sido uma forte tônica do discurso dos jovens internautas, em muitas outras falas também foi observado o despontar da esperança na transformação da realidade e do desabrochar da consciência e da manifestação da vontade popular.

“O futuro somos nós”.

“Mudou a mente das pessoas. E o movimento também. O povo começou a se expor mais”.

“Se a gente não lutar pelos nossos direitos ninguém mais luta...a maioria dos meus amigos foram. Meu pai implorou no começo mas depois aceitou”.

“Nestes discursos surge, de forma recorrente, as imagens do ‘gigante que desperta’, do ‘povo que aprende a fazer ouvir a sua voz’ e dos ‘políticos que agora têm que escutar o que o povo tá dizendo’.

“Acho que agora o povo viu que dá certo as manifestações... Mas não precisa ser o que o governo quer. Eu acho que agora tudo que o povo não concordar, vai pra luta”.

“Mudou em parte porque as pessoas acordaram e lutaram pelos seus direitos”.

“A gente está começando a ter opinião própria porque as pessoas mais velhas do que a gente tem uma opinião só tipo ‘ah, o governo está lá fazendo os negócios deles e colocando dinheiro no bolso’. E nós, que somos mais novos, estamos mudando a cabeça dos mais velhos, dizendo para eles que o Brasil não tem como continuar do jeito que está...”.

“Se tem alguma coisa que eu gosto e apoio, me manifesto nas redes sociais. Já fiz isso pelo corredor de ônibus perto da minha casa, tenho uma amiga que resolveu o problema de uma geladeira que comprou com defeito pelas redes sociais. Resolve”.

“Eu participei também da manifestação que teve da tarifa do ônibus, eles ficaram parados na Sé, eu fui lá, depois fui na Paulista, publiquei uma foto na internet expressando o que eu achava dos R\$ 0,20 que eles aumentaram. Publiquei uma foto segurando um cartaz pedindo para eles investirem os R\$0,20 no SUS”.

“Acredito que as coisas vão melhorar sim e com o tempo o peso disso tudo será cada vez mais fundamental pra algumas mudanças”.



FELIPE ALTENFELDER

“Quanto aos desafios do ativismo, eu acho que o que está colocado é como a gente vai entender dimensões e mostrar a amplitude que essa história toda atingiu. Hoje, na cultura do Brasil você tem uma discussão forte convivendo em torno de um movimento social, com artistas da mídia mais conscientizados, dialogando o povo, e fazendo da cultura um setor social que vem ganhando bastante força, ao mesmo tempo, os movimentos ambientalistas, os movimentos ligados à direitos humanos, à democratização da comunicação, novas políticas etc. Também tem tido cada vez mais oportunidades de se entender como uma frente ampla que têm pautas que são transversais entre si. Hoje, através das conexões, das tecnologias sociais que estão espalhadas na América Latina, África, que são inspiradas pela necessidade, pelas gambiarras, na criatividade, na solidariedade, você tem que transformar isso em matéria-prima para um novo diálogo”.

E CHEGAMOS AOS ROLEZINHOS...

De modo geral, a juventude conectada critica os rolezinhos, negando-lhes, na maioria dos casos, caráter mobilizador ou político, embora existam exceções, que serão discutidas mais à frente. Assim, para uma grande parcela dos jovens entrevistados, os rolezinhos foram movimentos sem sentido social, apenas de ostentação, restritos à periferias das cidades de São Paulo e Rio de Janeiro.

“O rolezinho é feito de jovens que gostam de ostentação”.

“Nunca participei e nem participaria”.

“Não e já repreendo essa atitude, acho abominável”.

“Li um texto sobre os rolezinhos e ainda não sei o que dizer”.

“Quem vai a esses rolezinhos quer ostentar e ser visto. Se fossem brancos do Morumbi, seria ‘grupo de amigos passeando no shopping’”

“Acho que em São Paulo o pessoal queria era ter liberdade de poder entrar no shopping e não ser visto como aquele que veio no shopping e não tem dinheiro, veio só comer. Já no Rio virou bagunça, pois, por mais que você não seja de classe média alta ou seja até morador de uma comunidade, você tem acesso aos shoppings”

“Existem muitos brancos que participam do rolezinho. Isso é mais social do que racial”

“Rolezinho é ridículo e nunca participaria. Entretanto, mostra um pouco do preconceito, jovens negros são expulsos de shoppings enquanto jovens brancos não”..

“São grupos de jovens que gostam do estilo Funk ostentação, de mostrar seus carros de luxo e suas roupas de marca. Então, eles marcam de ir aos shoppings para mostrar seu estilo”.

“Acho que esses jovens só querem aparecer”.

“Acredito que são motivados por este tipo de movimento estar na moda”.



FELIPE ALTENFELDER

“Eu acho que é empoderamento que está colocado. Você pega o fenômeno dos ‘rolezinhos’, o X da questão são os moleques da periferia que são celebridades de internet, o cara tem 80 mil seguidores no Facebook dele e consegue movimentar 5 mil para ir encontrar ele no shopping [...]. Hoje qualquer um pode ser formador de opinião com uma ferramenta que está na sua mão, agora que a mobilidade também faz parte da realidade”.



MARCIA PADILHA

“Se as questões digitais conformam o mundo de uma determinada maneira, você tem que preparar esse menino pra viver isso de um jeito crítico. É o famoso ‘crítico criativo’ que tanto falamos. O que é um menino ou uma menina críticos e criativos na sociedade hoje? Precisa saber usar a Internet. Para fazer manifestação, organizar rolezinho, criticar o rolezinho, ir ao rolezinho... Olha o que foram os rolezinhos: os jovens se organizaram pela internet; essa é uma super oportunidade de reinventarmos os modos de participação social e o próprio espaço público”.



FELIPE ALTENFELDER

“Eu observo que está mais democratizada a chance do cara decidir o que ele quer fazer, o cara pode escolher ser uma celebridade do ‘rolezinho’ ou ele pode escolher ser que nem o Renê Silva, da Voz da Comunidade, do Complexo do Alemão no Rio de Janeiro. Quando teve a invasão da comunidade você teve duas coberturas, uma da mídia tradicional, filmando do helicóptero e outra do Renê twitando. Renê bombou a partir daquilo, e com 16 anos virou correspondente respeitadíssimo de informações da periferia do Rio de Janeiro. O grande barato é isso, o moleque pode ter uma opção”.

Segundo os próprios jovens, os rolezinhos foram eventos significativos apenas na cidade de São Paulo. Eles consideram que na cidade do Rio de Janeiro existem menos barreiras sociais para que os jovens de menor renda e que moram na periferia possam frequentar e circular em shopping centers e outros equipamentos culturais e comerciais melhor situados na cidade.

A importância das mídias na mediação da leitura do movimento também é apontada em algumas falas coletadas.

“A televisão acaba virando apenas um tipo de termômetro, onde você tem noção da importância do fato e de como ele está sendo contado para a maioria da população”.

“A mídia pesa a mão e a gente vê o que a mídia passa! Muita gente enxerga só o que acompanhou de casa. E eles viram o que? Milhares de adolescentes em um shopping fazendo arrastão. Só que quem criou o rolezinho não tinha intenção de fazer isso”.

“Eu não assisti, mas eu tive colegas de trabalho que acabaram fazendo comentários e eu ouvi. O rolezinho parece que era uma mobilização de jovens que estariam atrás dos seus... ídolos. Não era para mobilizar toda aquela juventude a entrar no shopping, fazer arrastão, parar o estacionamento... Só que eu acho que as pessoas entenderam errado. As pessoas entenderam errado porque hoje em dia é mais fácil julgar do que você prestar atenção primeiro e só depois dar opinião”.

6

OS PERFIS DE NAVEGAÇÃO DA
JUVENTUDE CONECTADA

#OQUEDIZAPESQUISA

EXPLORADORES INICIANTES, INTERMEDIÁRIOS E AVANÇADOS

Diante à complexidade do mundo contemporâneo, mediado pelas múltiplas conexões digitais e infinitas possibilidades de navegação não linear pelos conteúdos da Web, há muito tornou-se necessário **criar novos formatos de categorização dos públicos que permitam avançar para além do mero mapeamento das tradicionais características sociodemográficas.**

Assim, considerando o universo digital que envolve a juventude conectada brasileira, analisamos três diferentes perfis correlacionados aos diferentes modos e intensidades de uso da Web 2.0: **os Exploradores Iniciais, os Exploradores Intermediários e os Exploradores Avançados.**

Embora implícita na própria denominação escolhida, a intensidade do uso da internet e de suas ferramentas – medida tanto em número médio de dias dedicados à sua prática, quanto no número de acessos ao longo do dia, da semana e do mês – não foi o único critério utilizado para a classificação. Tampouco constituiu-se no elemento mais importante para decisão. **A ênfase principal recaiu sobre a abrangência, a diversidade e a multiplicidade das ações empreendidas pelo jovem conectado ao mundo digital, fenômeno que, em resumo, revela a forma como os recursos e as ferramentas da internet são por ele apropriados e o quanto significam e impactam a construção das novas sensibilidades e identidades juvenis.**

Assim, neste capítulo, propõe-se uma classificação diferenciada no conjunto da pesquisa, cujos critérios principais foram esquematizados nos quadros apresentados a seguir.



EXPLORADORES INICIANTES



EXPLORADORES INTERMEDIÁRIOS



EXPLORADORES AVANÇADOS

Perfil

Principais características

Concentrados essencialmente nas atividades de comunicação, entre as quais conferem grande relevância para as redes sociais.

Não usufruem da diversidade e abrangência das ferramentas e possibilidades oferecidas pela internet. Executam um número limitado de tipos diferentes de ações na web 2.0.

Têm maior nível de dependência da Internet – e em especial das redes sociais – como fonte de informação e conhecimento.



EXPLORADORES INICIANTES

Têm consideráveis índices de acesso a computadores de mesa e à internet, a partir de lan houses, e a tablets, a partir das escolas. Exibem, ainda, nível relativamente importante de acesso à internet, a partir de residências de amigos e parentes, bem como de vizinhos.

É majoritariamente compostos por jovens matriculados em escolas públicas.

Têm mais dificuldade de acreditar e/ou projetar um futuro empreendedor, especialmente se baseado nos recursos e potencialidades oferecidos na e pela rede mundial de computadores.

Perfil

Principais características

São entusiastas e defensores do uso dos recursos da internet na escola – para a pesquisa, realização de atividades e tarefas, preparação para exames e concursos, bem como para o fortalecimento dos relacionamentos entre colegas e professores – de cujas vantagens mostram-se convencidos.

Confiantes nas potencialidades do empreendedorismo com apoio da internet.

Reafirmam o poder da internet de mobilizar, informar e conscientizar as pessoas em relação aos grandes problemas socioeconômicos, políticos e ambientais.

Utilizam de forma relativamente intensa os recursos da busca de informações e serviços na internet.

Embora pesquisem preços de produtos e serviços na internet com frequência, tais iniciativas raras vezes resultam na aquisição efetiva desses mesmos bens.

Em boa medida, refletem os valores, pensamentos e comportamentos hegemônicos sobre a internet presentes na sociedade brasileira.



EXPLORADORES INTERMEDIÁRIOS

Perfil

Principais características

Exploram mais intensamente a diversidade das ferramentas, conteúdos e possibilidades disponíveis na internet, executando um conjunto ampliado de diferentes tipos de ações na web 2.0.

Detêm elevados níveis de posse, acesso e uso de computadores portáteis (notebooks, netbooks) e tablets, acessados, via de regra, a partir de suas próprias residências.

Não utilizam lan houses.

Conquistam maiores níveis de conhecimento, familiaridade, desenvolvimento e desempenho na seleção de conteúdos digitais disponíveis na internet, segundo a relevância para os seus próprios interesses.

Dedicam-se ao estudo ou simultaneamente ao estudo e ao trabalho, na condição de empregados ou funcionários, ou ainda na de trainees de grandes empresas e corporações.

Acreditam no potencial da internet para preparar o jovem para o mercado de trabalho.

Utilizam intensamente as ferramentas e possibilidades da internet para buscar informações e serviços e para diferentes atividades de comunicação, lazer e entretenimento.

Potencializam o uso da internet como fonte de informação e de conhecimento.

Adotam e usufruem das comodidades do comércio eletrônico.

Detêm níveis mais altos de conhecimento e valores mais críticos quanto ao potencial efetivo de penetração da internet na escola, bem como do seu uso para mobilizar, informar e conscientizar as pessoas em relação aos grandes problemas socioeconômicos, políticos e ambientais.



EXPLORADORES AVANÇADOS



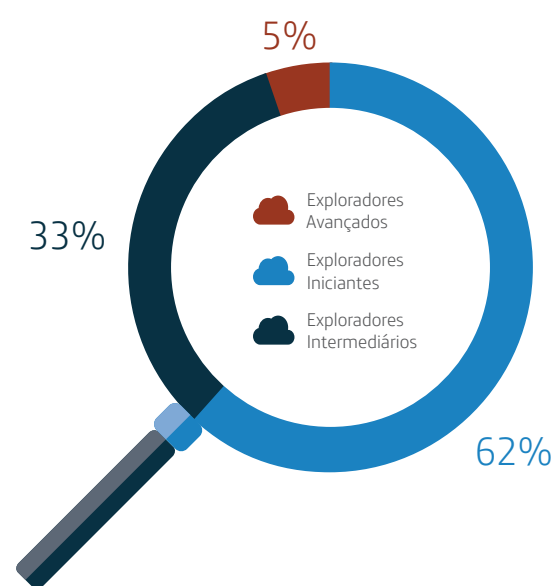
MARCIA PADILHA

“O jovem nativo digital não faz um uso rico da internet. Vocês viram na pesquisa: os que usam com muita variedade são apenas 5%. Aí está o jovem que tem realmente um letramento digital em nível sofisticado. A maioria faz usos simples da internet, mas poderia fazer usos muito mais ricos”.

IMPACTOS DAS MEDIAÇÕES NO COMPORTAMENTO DOS JOVENS

Observa-se que a categoria **Exploradores Iniciantes se concentra especialmente no Sudeste (49%), região que também concentra a maior parcela dos Exploradores Intermediários (62%) e dos Exploradores Avançados (73%).**

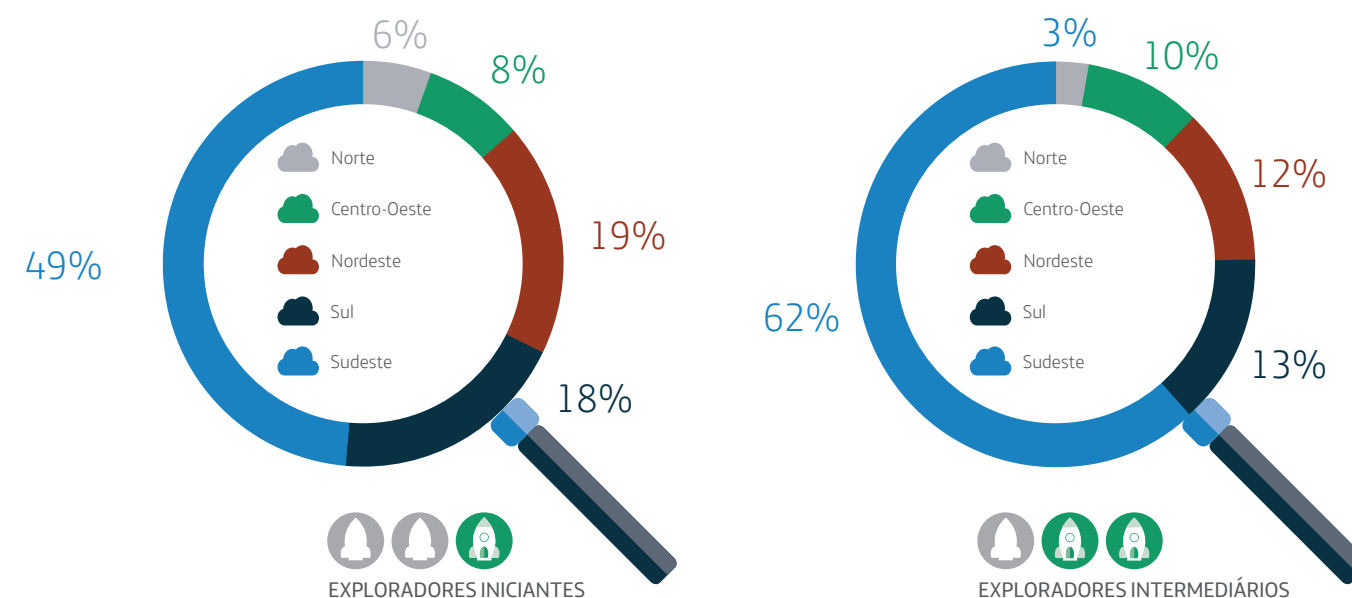
DISTRIBUIÇÃO DA JUVENTUDE CONECTADA BRASILEIRA, SEGUNDO CATEGORIAS DE USO



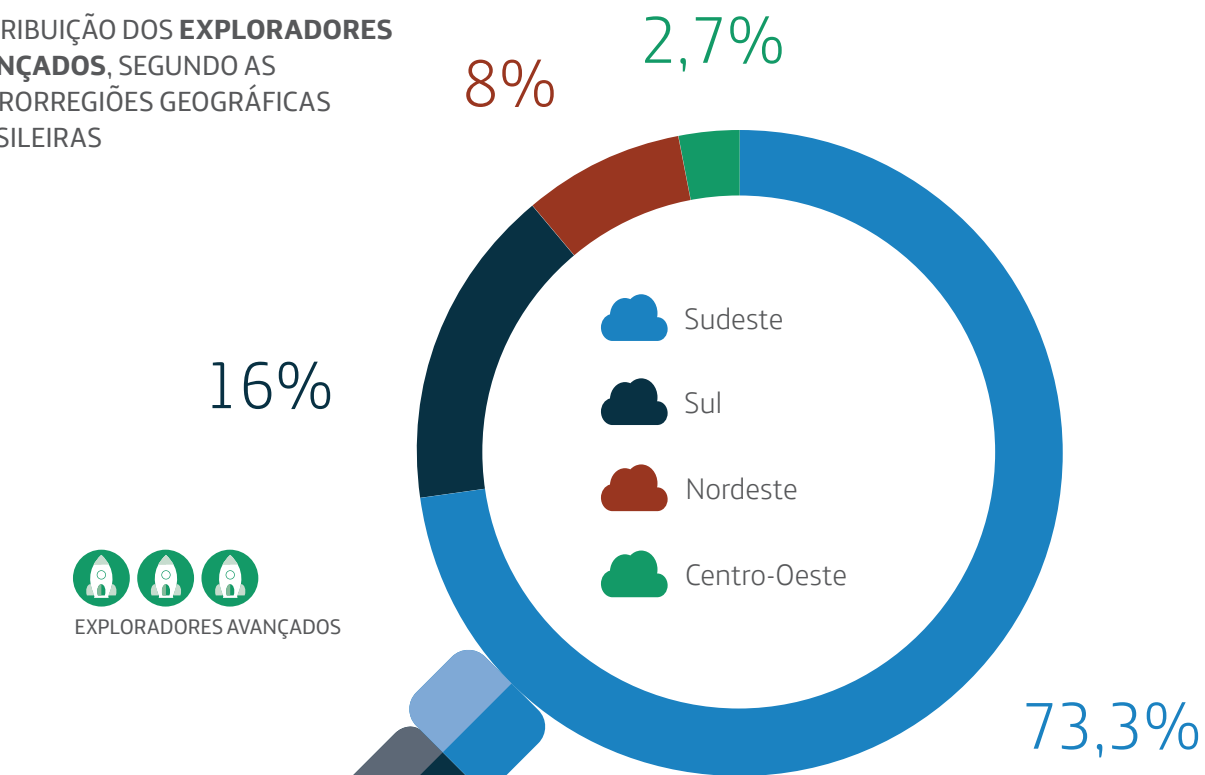
O jovem internauta aficcionado pelas tecnologias e pelas conexões digitais é normalmente referenciado na mídia e na oralidade cotidiana como nerd ou geek. Os primeiros são usualmente associados ao universo do estudo, enquanto os segundos são especialmente designados pela sua exacerbada dedicação à obtenção, experimentação e aquisição das tecnologias digitais de ponta.

Pesquisas realizadas por empresas e portais voltados a públicos têm chegado a constatações próximas às obtidas nesta pesquisa. Ou seja, **os jovens mais conectados** e os que mais executam multiplicadas e variadas ações na internet **são preponderantemente do sexo masculino, concentram-se nos grandes centros urbanos da região Sudeste** – especialmente nas cidades de São Paulo e do Rio de Janeiro –, estão entre os mais jovens na faixa etária considerada e cursam o ensino superior.

DISTRIBUIÇÃO DOS DIFERENTES PERFIS DE EXPLORADORES, SEGUNDO AS MACRORREGIÕES GEOGRÁFICAS BRASILEIRAS



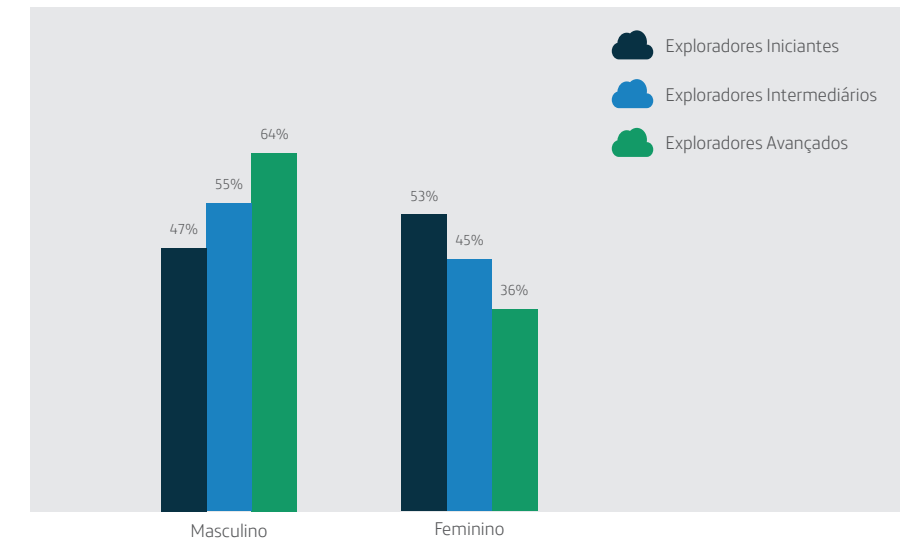
DISTRIBUIÇÃO DOS **EXPLORADORES AVANÇADOS**, SEGUNDO AS MACRORREGIÕES GEOGRÁFICAS BRASILEIRAS



Constata-se, portanto, que **a juventude conectada brasileira da região Sudeste se destaca do restante do país ao concentrar índices significativamente representativos do uso mais diversificado e abrangente das ferramentas e recursos da Internet.** Contribuem para isso, seguramente, os **maiores índices de riqueza e urbanização** desta macrorregião geográfica, dos quais decorrem **melhor infraestrutura e condições socioeconômicas de educação, consumo cultural e acesso a bens e serviços em geral.**

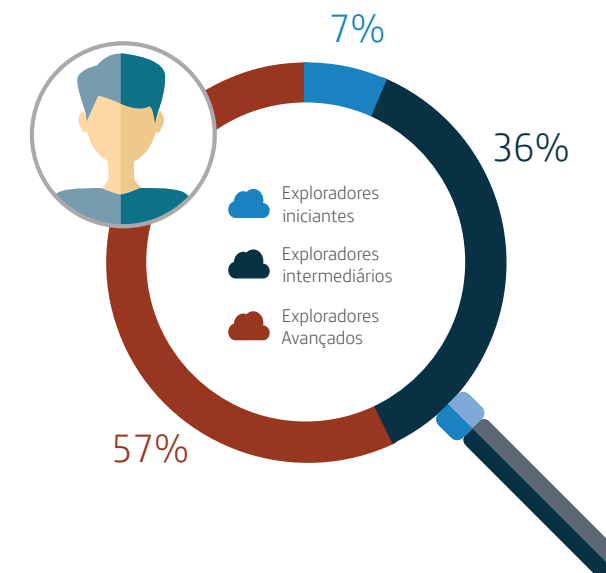
Importante ressaltar que, pela classificação proposta, pode-se comprovar também uma **notável mediação do gênero.** Dela, resultaram índices de **diversificação e amplitude no uso da internet bem mais significativos entre os representantes do gênero masculino do que o feminino.** De fato, observa-se que na categoria dos **Exploradores Avançados, a participação dos jovens internautas chega a 64%, ante 36% do grupo feminino.** De forma semelhante, entre os **Exploradores Intermediários, 55% são do gênero masculino.** Nesta distribuição, as jovens internautas correspondem a 53% dos Exploradores Iniciantes, categoria que concentra apenas 47% de rapazes.

DISTRIBUIÇÃO DAS DIFERENTES CATEGORIAS DE USUÁRIOS DA INTERNET, SEGUNDO GÊNERO

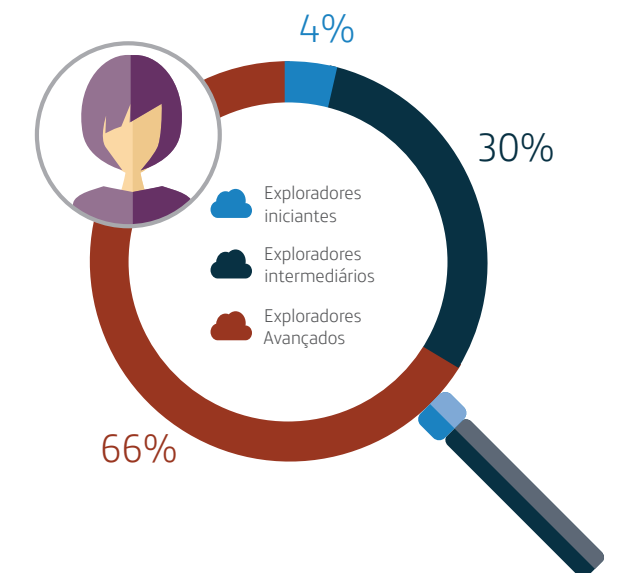


Ainda nesta mesma direção, pode-se observar que enquanto 7% dos jovens internautas do gênero masculino puderam ser categorizados como Exploradores Avançados, no caso feminino a participação cai 3 pontos percentuais, perfazendo 4% do grupo. Para os exploradores intermediários, os jovens internautas compõem 36% da amostra, e as mulheres, 30%.

DISTRIBUIÇÃO DAS CATEGORIAS DE USUÁRIO DO GÊNERO MASCULINO



DISTRIBUIÇÃO DAS CATEGORIAS DE USUÁRIOS DO GÊNERO FEMININO



Identificam-se também resultados positivos para a mediação da classe socioeconômica na diversidade qualitativa do uso dos recursos e ferramentas da web 2.0. **Assim, pode-se constatar que no caso dos Exploradores Avançados, a participação dos representantes da classe A é de 13%.** Nas categorias Exploradores Intermediários e Exploradores Iniciantes a participação da classe A é de, respectivamente, 6% e 3%. Vale destacar que a concentração relativa de jovens de classe A na categoria de Exploradores Avançados equivale a mais que o dobro de sua participação percentual na composição geral da amostra desta pesquisa, que foi de 5%.

Inversamente, os jovens internautas da classe D têm a maior participação percentual relativa na categoria dos exploradores iniciantes (11%). Nas categorias Exploradores Intermediários e Exploradores Avançados a participação da classe D cai para, respectivamente, 5% e 3%. Este resultado pode ser entendido considerando que o acesso é feito priorita-

riamente em locais pagos, como lan houses. Observe-se que o índice de participação dessa classe social na categoria de Exploradores Iniciantes é superior ao da sua participação percentual na composição geral da amostra desta pesquisa (8%).

Os representantes da classe C têm as participações mais significativas nas categorias Exploradores Iniciantes e Exploradores Avançados, de 52% e 47%, respectivamente.

Vale observar que, para a categoria de Exploradores Iniciantes, a participação relativa da classe C foi sensivelmente superior à de sua representação na composição da amostra (52% ante 48%). No caso dos **Exploradores Intermediários, tiveram participação praticamente equivalente à dos representantes da classe B (44% e 45%, respectivamente).** Por sua vez, a classe B ficou na segunda posição no ranking para as demais categorias, com participações percentuais relativas de 34% para exploradores iniciantes e de 37% para exploradores avançados.

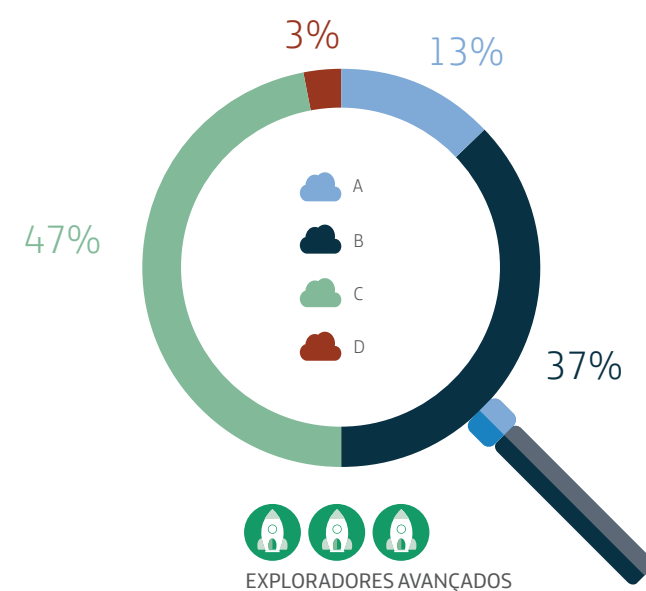
Para as categorias de **Exploradores Intermediários e Exploradores Avançados, a participação relativa de jovens internautas com nível de educação superior foi maior em relação às suas médias de participação na população pesquisada, o que denota que o maior nível de diversidade no uso de ferramentas e recursos da Internet correlaciona-se positivamente com o nível educacional dos jovens internautas brasileiros.**

Nesse mesmo sentido, pode-se constatar também que **o jovem que trabalha e estuda simultaneamente faz uso mais diversificado e abrangente da web 2.0.** Enquanto eles representam 31% da amostra pesquisada, suas participações relativas entre os Exploradores Intermediários e Exploradores Avançados ascendem, respectivamente, para 38% e 42%. Outra constatação que se pode agregar a estas é a de que **a participação relativa dos jovens estagiários ou trainees entre os Exploradores Avançados equivale a quase o dobro da sua participação na amostra geral da pesquisa (de 19% contra**

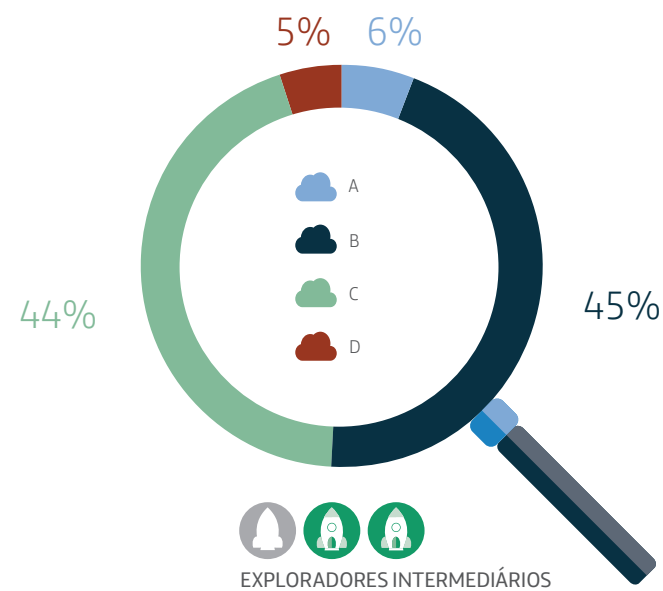
11%), denotando também neste caso uma forte inclinação para o uso diversificado das ferramentas digitais.

A mediação do tipo da escola – se pública ou privada – mostrou-se, por sua vez, altamente decisiva na categorização dos jovens quanto ao uso da internet. Assim, enquanto 3% dos jovens matriculados em escolas públicas podem ser considerados como Exploradores Avançados, para os da escola particular esse índice sobe para 10%. Contrariamente, enquanto 62% dos jovens internautas que estudam em escola pública foram categorizados como Exploradores Iniciantes, entre os alunos das escolas particulares este indicador cai para 51%.

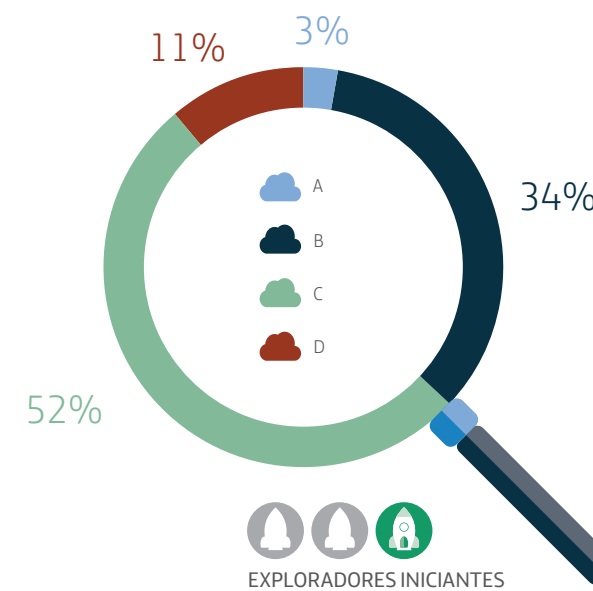
DISTRIBUIÇÃO DOS **EXPLORADORES AVANÇADOS**, SEGUNDO CLASSIFICAÇÃO SOCIOECONÔMICA



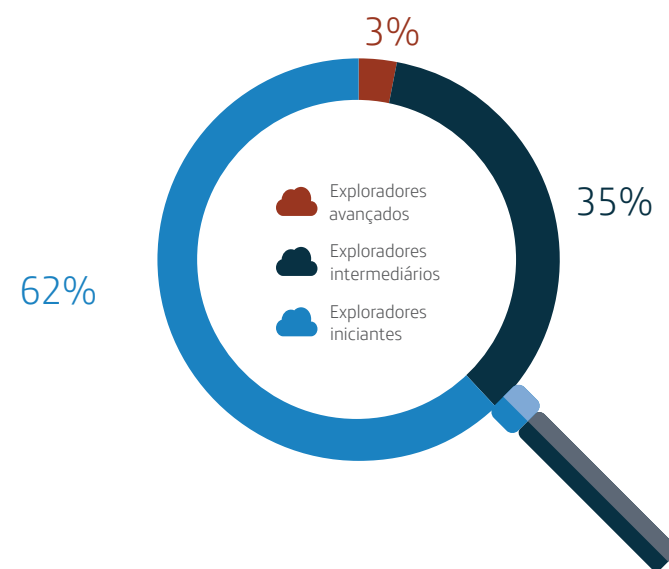
DISTRIBUIÇÃO DOS **EXPLORADORES INTERMEDIÁRIOS**, SEGUNDO CLASSIFICAÇÃO SOCIOECONÔMICA



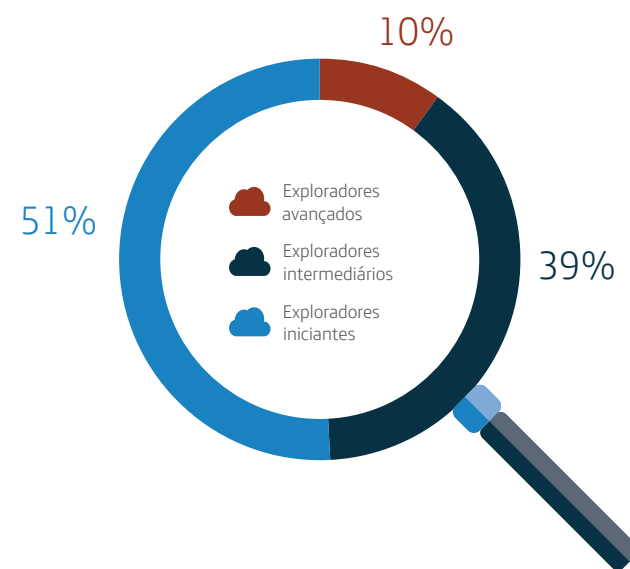
DISTRIBUIÇÃO DOS **EXPLORADORES INICIANTES**, SEGUNDO CLASSIFICAÇÃO SOCIOECONÔMICA



DISTRIBUIÇÃO DAS DIFERENTES CATEGORIAS DA JUVENTUDE CONECTADA BRASILEIRA FREQUENTADORA DAS ESCOLAS PÚBLICAS



DISTRIBUIÇÃO DAS DIFERENTES CATEGORIAS DA JUVENTUDE CONECTADA BRASILEIRA FREQUENTADORA DAS ESCOLAS PARTICULARES



No que diz respeito à posse de equipamentos e dispositivos de conexão à rede mundial de computadores, pode-se observar que os **Exploradores Avançados apresentaram índices de utilização de computadores portáteis (notebooks, netbooks, laptops) em níveis significativamente mais representativos** do que os de sua participação na composição global da amostra, o que revela uma **conexão positiva entre a posse desses aparelhos e o uso mais diversificado e abrangente dos potenciais da internet**. O acesso preferencial aos computadores portáteis é feito a partir da própria residência dos jovens internautas em 89% dos casos, considerando os que os possuem, para todas as categorias de classificação empregadas.

Quanto aos **computadores de mesa**, constata-se que **os Exploradores Avançados os acessam a partir de suas residências muito mais intensamente do que os Exploradores Iniciantes e os Exploradores Intermediários**, com índices de participação percentual relativa de 90% ante 73% e 77%, respectivamente. Em sentido contrário, **os Exploradores Iniciantes costumam utilizar esses equipamentos com muito mais intensidade relativa do que os demais internautas a partir de locais de acesso pago, como as lan houses**. Neste caso, os percentuais encontrados foram de 12% para os Exploradores Iniciantes ante 4% para os Exploradores Intermediários, enquanto os Exploradores Avançados declaram não utilizar esse canal de acesso.

O acesso doméstico ao tablet evidencia uma concentração muito mais significativa para os Exploradores Avançados e Intermediários do que para os Exploradores Iniciantes, com percentuais relativos de respectivamente, 100%, 95% e 68%. Para esses últimos, o acesso ao uso do tablet se concentra proporcionalmente mais, em relação às demais categorias, na escola (13% ante 0% para os demais) e outros locais de ensino, no trabalho e em outros locais, todos com 6% de participação cada um.

Para o total de aparelhos e dispositivos de acesso à internet pesquisados, observou-se que **o acesso doméstico é mais representativo para todas as categorias de internautas**, com percentuais que variaram entre 71% (exploradores iniciantes), 76% (exploradores intermediários) e 81% (exploradores avançados). Por outro lado, **locais de acesso pago foram estatisticamente significativos apenas para os Exploradores iniciantes (5%)**, assim como o acesso a partir de casas de vizinhos, amigos ou parentes (2%).

O QUE ELES FAZEM NA INTERNET

Para apresentar, discutir e analisar o comportamento dos jovens internautas brasileiros em cada uma das categorias propostas, optou-se pela construção de médias indicativas não apenas das diferentes práticas, mas também das frequências relativas, em número de dias por semana, com que as mesmas são executadas pela juventude conectada brasileira. Os resultados aparecem discriminados nas tabelas e gráficos a seguir, que dispõem pelos setores de atividades, e na ordem decrescente de importância, as ações normalmente empreendidas pelos jovens na web 2.0.

Pode-se observar que **o conjunto das atividades relacionadas à comunicação obtive as maiores médias para todas as categorias classificatórias aplicadas, sendo as que mais absorvem os interesses e as que agregam os maiores índices de adesão da juventude conectada de todo o País**. Neste grupo, o acesso às redes sociais é a atividade mais intensamente praticada e a que revela maior índice de confluência, ou de menor diferenciação entre Explorador Avançado, Intermediário e Iniciante. **Na média, o jovem brasileiro conectado acessa ao menos uma conta em redes sociais em 5,9 dias por semana**. A variação encontrada entre os perfis – uma das menores entre todas as atividades investigadas – mostrou que enquanto os **Exploradores Avançados acessam redes sociais em 6,7 dias por semana (praticamente todos os dias)**, os **Exploradores Iniciantes o fazem 5,6 dias por semana**. O perfil Explorador Intermediário, mais próximo da categoria superior, revelou acessar redes sociais em 6,3 dias por semana. Observou-se que a frequência de mais de uma vez ao dia é de 84% para os Exploradores Avançados, de 72% para os Exploradores Intermediários e de 49% para os Exploradores Iniciantes. Da mesma forma, **a consulta a e-mails na frequência de mais de uma vez ao dia atingiu 84% dos Exploradores Avançados**, 57% dos Exploradores Intermediários e 20% dos Exploradores Iniciantes.

O Brasil ocupa a segunda posição no ranking mundial de utilização diária do Facebook, a maior rede social global, sendo superado apenas pelos EUA, segundo informações da própria empresa. Em número de usuários, o País fica na terceira posição, atrás da Índia e, novamente, dos EUA.

Estima-se que 76 milhões de brasileiros tenham perfis de Facebook, fatia que corresponde a 73,5% do total de frequentadores de redes sociais no País. Além disso, o internauta brasileiro tem um elevado número de amigos, que supera a média mundial, sendo o seu nível de engajamento também considerado muito alto para os padrões globais. **Segundo o próprio Facebook, a média de utilização brasileira é de 12 horas mensais.** A mídia internacional já se acostumou, inclusive, a referenciar o Brasil como a “capital das mídias sociais” (WALL STREET JOURNAL, 2013) ou como o “futuro das mídias sociais” (FORBES, 2013).

Tentativas de interpretar esse fenômeno têm sido constantes tanto pela academia quanto por empresas e consultorias de mercado. Em decorrência disso, algumas características marcantes do público brasileiro – dos jovens em especial – são apontadas como responsáveis pelo fascínio nacional e pela maciça adesão e uso das redes sociais no País. Entre elas, são apontadas: o caráter relacional e altamente sociável, o apreço aos símbolos que conferem status, a descontração e a informalidade nas relações, a valorização da novidade, o humor e o alto interesse em observar e compartilhar informações sobre a vida de amigos e conhecidos.



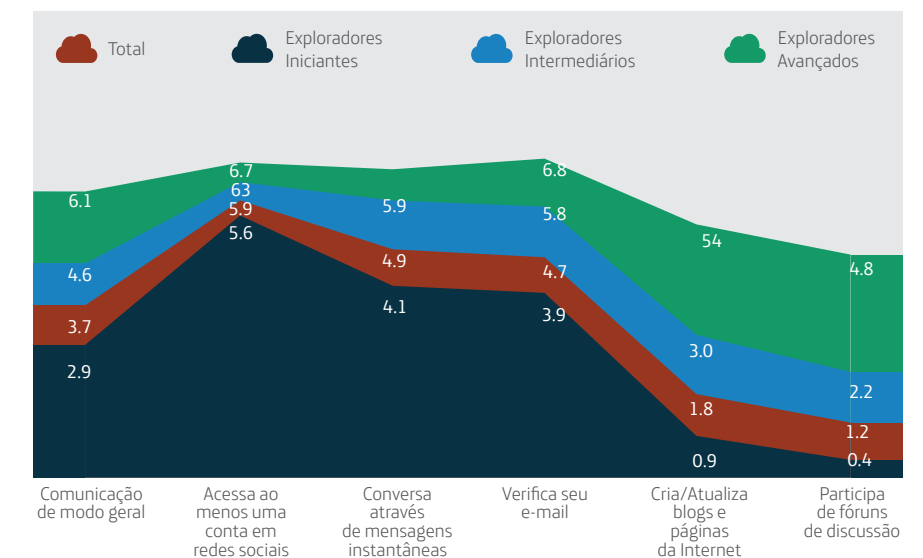
RODRIGO NEJM

“Quanto ao uso da internet, na maior parte, ele é mediano. Basicamente é recepção de conteúdo. É baixar conteúdo, pesquisar na web e na rede social. Nas redes sociais tem interação maior. Há uma produção de conteúdo, mas você vê que é bastante restrita. O que quero dizer é que, ao tentar ampliar a participação do adolescente e do jovem na discussão sobre governança de internet, liberdade de expressão na internet, nós temos percebido que a compreensão do próprio usuário é bastante restrita. Não só das potencialidades da internet, mas também da sua dinâmica de funcionamento. Percebemos muito isso: o uso de redes sociais, baixar música, baixar filme, vídeo, ainda muito mais próximo do que poderíamos chamar de consumo da televisão, de meios massivos, do que desfrutando do leque todo de oportunidades. A rede social foi o que abriu o estado de interação efetiva do Brasil, começando com o Orkut, e segue. Mas a compreensão limitada não é culpa do próprio adolescente. É um pouco do cenário, do tipo de educação para o uso de tecnologia que temos hoje”.



MONICA GALIANO

ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO REALIZADAS PELOS JOVENS DE DIFERENTES PERFIS DE USO DA INTERNET



Estar em contato contínuo com outras pessoas representa uma experiência poderosa para o jovem que está vivenciando o seu próprio processo de descoberta do mundo, da construção de sua sensibilidade e identidade e da experimentação do significado da existência social.

“Eu diria que pela tecnologia – embora pareça uma contradição – há um componente afetivo que se resgata nas relações, especialmente nas grandes cidades. Porque quando você não tinha como ver o outro, nem telefonar era tão fácil, você estava longe; hoje você pode se sentir super perto, mesmo estando muito distante fisicamente”.

O comportamento relacional, que pode se torna até compulsivo, levando ao compartilhamento exagerado de informações pessoais nas redes sociais, é potencializado pela portabilidade e mobilidade propiciadas pelos novos aparelhos conectáveis à Internet como os celulares e smartphones, tablets e outros.

A expressão oversharing foi cunhada para designar o exagero na exposição de informações sobre a vida pessoal nas redes sociais, principalmente entre os mais jovens. Para a maioria deles, contudo, a possibilidade de compartilhamento online se tornou um sinônimo da própria liberdade.

Para além das redes sociais, as **conversas através de mensagens instantâneas e o uso de e-mails** também merecem atenção investigativa. Nesta direção, para os perfis de Exploradores Avançados e Exploradores Intermediários pode-se constatar uma maior aproximação entre as duas práticas. Porém, **diferenças estatisticamente significativas foram encontradas para a realização desta atividade com frequência de mais de uma vez ao dia**, que atingiram **77% dos Exploradores Avançados, 62% dos Exploradores Intermediários e 34% dos Exploradores Iniciantes**. Neste caso, há que se destacar ainda que esses últimos declararam não praticar a atividade em 20% dos casos.

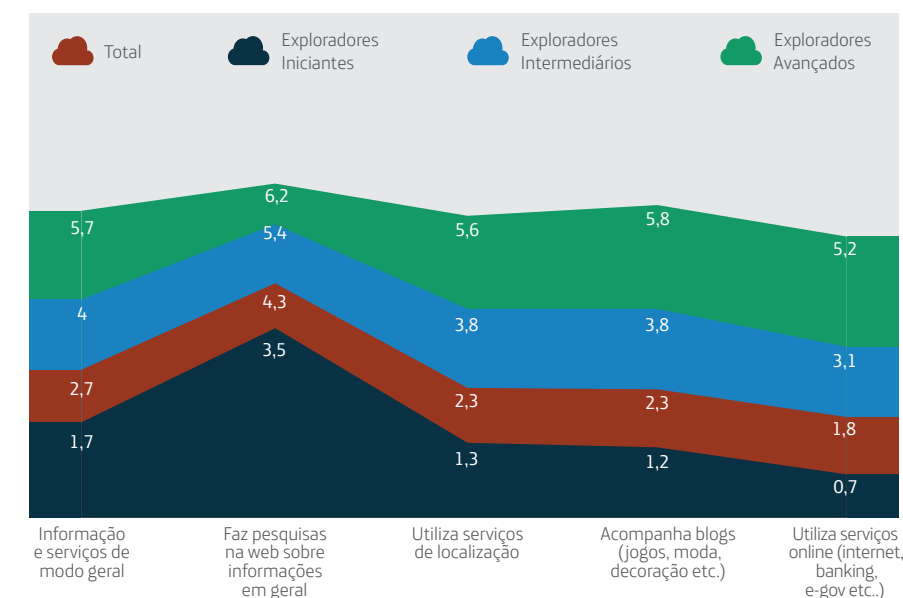
Já para as ações de criar e/ou atualizar blogs ou páginas da internet e participar de fóruns de discussão, observaram-se maiores diferenças. O tempo médio medido em dias de semana chegou a ser de seis vezes entre Exploradores Iniciantes e Exploradores Avançados no caso da criação e /ou atualização de blogs ou páginas da internet e de 12 vezes para a participação em fóruns de discussão. No mesmo sentido, observou-se também que **66% dos Exploradores Iniciantes não criam e/ou atualizam blogs e páginas da internet, um percentual que corresponde a 31% entre os Exploradores Intermediários**. Contrariamente, a atividade chega a ser executada mais de uma vez ao dia por 60% dos Exploradores Avançados.

USO DE BUSCADORES E SERVIÇOS ONLINE

No que concerne as ações e atividades relacionadas ao uso da internet para obter informação e/ou serviços online, observa-se uma diferenciação mais sensível e representativa entre os perfis considerados, especialmente quanto à **utilização de serviços como internet-banking e e-gov**. Neste caso, a diferença entre Exploradores Iniciantes e Exploradores Avançados, medida em dias da semana nos quais a atividade foi praticada, é de mais de sete vezes.

Também com relação ao uso de serviços de localização e ao acompanhamento de blogs de jogos, moda, decoração e outros houve acréscimos substanciais na quantidade de dias dedicados a essas atividades por semana. **Acompanhar blogs de jogos, moda, decoração e outros assuntos são práticas alheias ao cotidiano de 47% dos Exploradores Iniciantes**, índice que cai para 13% entre os Exploradores Intermediários e 3% entre os Exploradores Avançados. Por outro lado, a frequência de mais de uma vez ao dia no exercício desta atividade atinge 59% dos Exploradores Avançados, 20% dos Exploradores Intermediários e apenas 3% dos Exploradores Iniciantes.

ATIVIDADES DE BUSCA DE INFORMAÇÕES E SERVIÇOS REALIZADAS PELOS JOVENS DE DIFERENTES PERFIS DE USO DA INTERNET

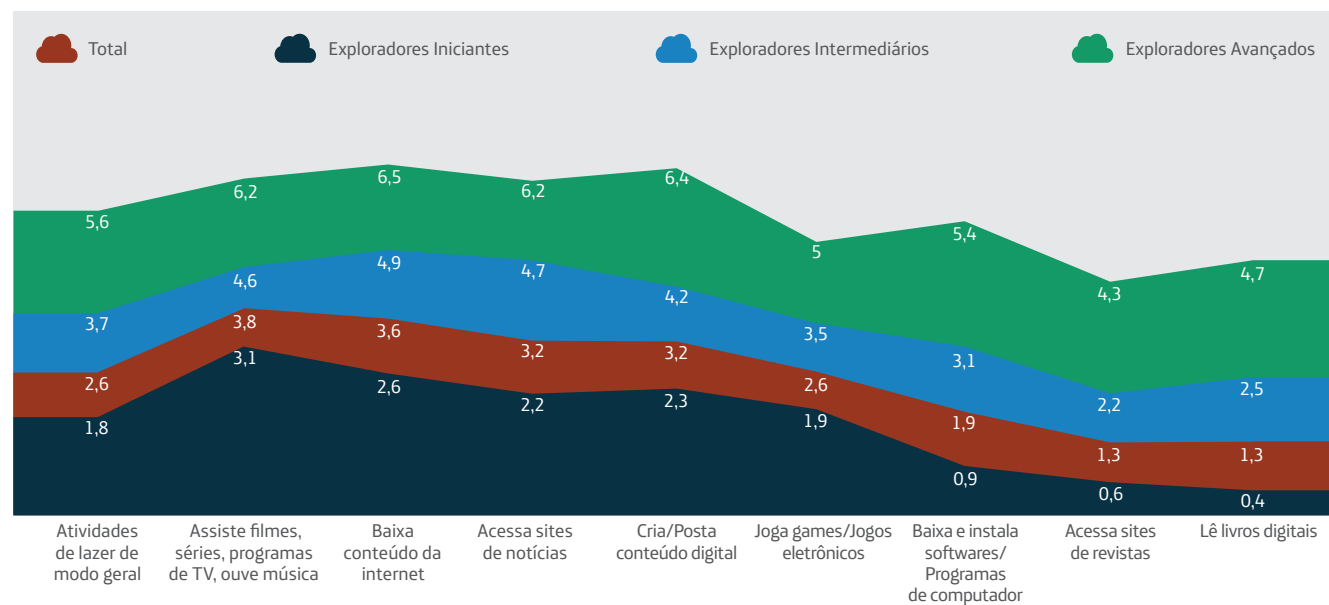


Entre os jovens classificados como Exploradores Iniciantes, 28% não usam **serviços de localização**, como mapas. Para as demais categorias, esse índice cai, progressivamente para 4% entre os Exploradores Intermediários e 2% entre os Exploradores Avançados. Por outro lado, a **frequência de uso mais de uma vez ao dia atinge 53% dos Exploradores Avançados e 20% dos Exploradores Intermediários**. Para os Exploradores Avançados, a **utilização de serviços online**, como o internet banking, **mais de uma vez ao dia foi declarado para 49% dos casos e diariamente ou em quase todos os dias para 31% deles**.

LAZER E ENTRETENIMENTO

Quanto ao conjunto de **atividades de lazer e entretenimento** realizadas na internet, os **Exploradores Avançados utilizam, em média, três vezes mais dias da semana para praticá-las do que os Exploradores Iniciantes**. O indicador eleva-se de 1,8 dias por semana entre os Exploradores Iniciantes para 5,6 entre os Avançados e 3,7 dias por semana entre os Intermediários. Neste conjunto de ações, **a prática que mais aproxima os diferentes perfis é a de assistir filmes, séries e programas de TV ou ouvir música**. Em sentido contrário, as que mais as separam e diferenciam são as de baixar e instalar **softwares ou programas de computador, acessar sites de revistas e ler livros digitais**.

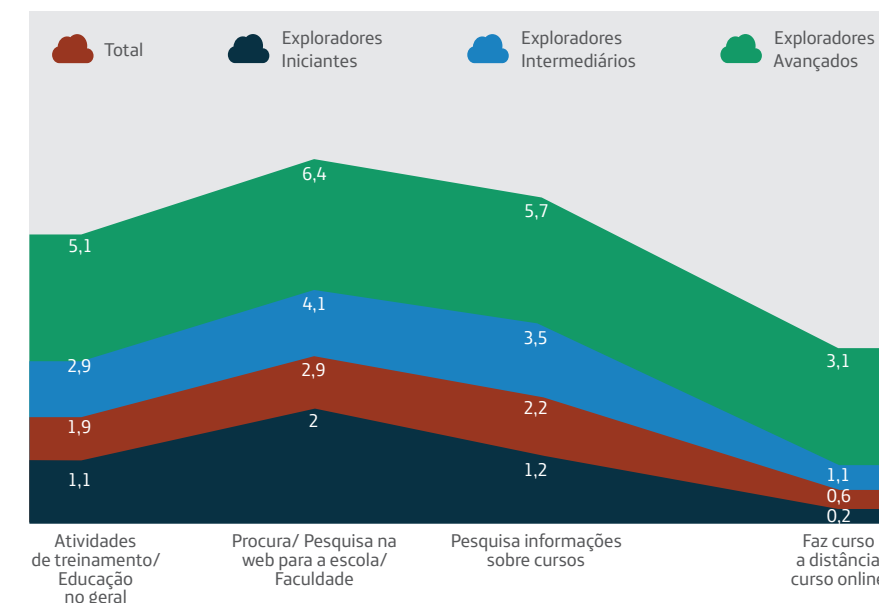
ATIVIDADES DE LAZER E ENTRETENIMENTO REALIZADAS PELOS JOVENS DE DIFERENTES PERFS DE USO DA INTERNET



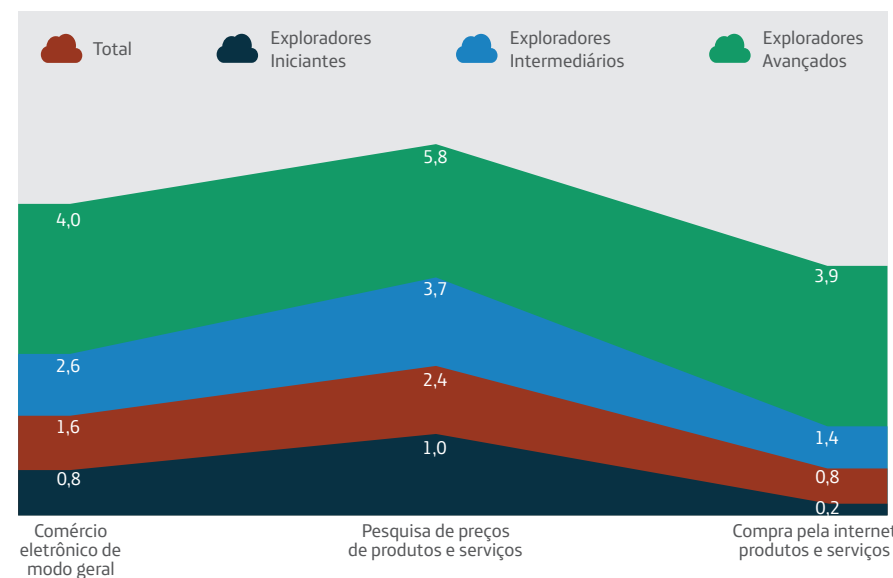
EDUCAÇÃO E CONTEÚDOS DIGITAIS

Finalmente, com relação ao uso da internet para práticas educativas, de treinamento e capacitação, e de comércio eletrônico, o quadro a seguir detalha as médias de dias por semana empregados em cada uma delas, segundo os diferentes perfis considerados.

ATIVIDADES DE EDUCAÇÃO E TREINAMENTO REALIZADAS PELOS JOVENS DE DIFERENTES PERFS DE USO DA INTERNET



ATIVIDADES DE COMÉRCIO ELETRÔNICO REALIZADAS PELOS JOVENS DOS DIFERENTES PERFS DE USO DA INTERNET



USO DE BUSCADORES E SERVIÇOS ONLINE

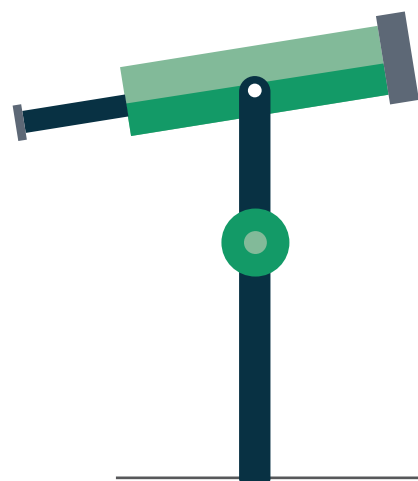
Fazer **pesquisas na web** revelou-se tarefa executada por todas as categorias de internautas. Apenas 6% deles declaram nunca dedicar-se a esta prática. Porém, a intensidade da mesma mostrou diferenças fortemente significativas entre as categorias analisadas. Assim, os **Exploradores Avançados declaram praticá-la mais de uma vez ao dia em 71% dos casos**, porcentual que é de **41% entre os Exploradores Intermediários** e de **14% entre os Exploradores Iniciantes**.

De maneira similar, **88% dos Exploradores Iniciantes dizem fazer download de músicas, filmes, vídeos e outros produtos da indústria cultural**. Entre os **Exploradores Intermediários** esse porcentual sobe para **98% e chega praticamente a 100% entre os Exploradores Avançados**. Esses últimos declaram fazê-lo com frequência de mais de uma vez ao dia em 81% dos casos.

Para esse grupo, pode-se observar que os valores na passagem da categoria dos Exploradores Iniciantes multiplicam-se entre duas e três vezes para as práticas de procurar ou pesquisar na web para a escola ou para a faculdade; para pesquisar informações sobre cursos e para pesquisar preços de produtos e serviços. Já para as atividades de realizar cursos à distância e comprar produtos e serviços pela internet o fator multiplicador eleva-se, respectivamente para 5,5 e 7.

Com valores sensivelmente menores, mas mantendo a mesma ordem, a passagem da categoria dos Exploradores Intermediários para a de Exploradores Avançados evidencia uma multiplicação de aproximadamente 1,6 vezes para as práticas de procurar ou pesquisar na web para a escola ou para a faculdade; para pesquisar informações sobre cursos e para pesquisar preços de produtos e serviços. Para as ações de realizar cursos à distância e de comprar pela Internet, os valores encontrados foram 2,8 maiores em ambos os casos.

A maioria dos **Exploradores Avançados (67%) declarou assistir filmes mais de uma vez ao dia, ante apenas 12% dos Exploradores Iniciantes e de 29% dos Exploradores Intermediários**. Uma parcela de 13% dos Exploradores Iniciantes declarou nunca praticar tal atividade.



COMO OS DIFERENTES PERFIS SE COMPORTAM EM RELAÇÃO AOS FOCOS PRIORITÁRIOS DA PESQUISA

Para entender as diferenças de comportamento entre Exploradores Iniciantes, Intermediários e Avançados dentro dos temas que compõem o eixo da pesquisa (comportamento, educação e aprendizagem, empreendedorismo e ativismo) os jovens internautas entrevistados atribuíram notas de 0 a 10, de modo a atestar o seu grau de concordância em relação a uma série de afirmativas.

#COMPORTAMENTO



Atividade	Total	Exploradores Iniciantes	Exploradores Intermediários	Exploradores Avançados
A internet mudou o meu hábito de buscar informação	7,76	7,59	8,07	7,86
O uso da internet contribui para aproximar as pessoas	7,73	7,7	7,87	7,32
Devo ter cuidado em expressar minhas opiniões na Internet, pois posso não ser bem visto	7,48	7,37	7,7	7,48
Tenho medo com relação a privacidade e segurança dos meus dados na internet	7,3	7,35	7,24	6,96
A internet facilita a prática de bullying	7,29	7,2	7,45	7,3
A internet mudou a forma como eu realizo atividades de lazer	6,66	6,28	7,34	7
As horas que eu gasto na internet afetam meu sono	6,08	5,67	6,86	6,12
As compras online facilitam a minha vida	5,87	5,12	7,05	7,21
Costumo trocar informações pessoais com desconhecidos	3,93	3,41	4,91	3,99

A maior diferença de comportamento entre os Exploradores Iniciantes, Intermediários e Avançados foi identificada em relação aos hábitos de compartilhamento de informações pessoais com desconhecidos.

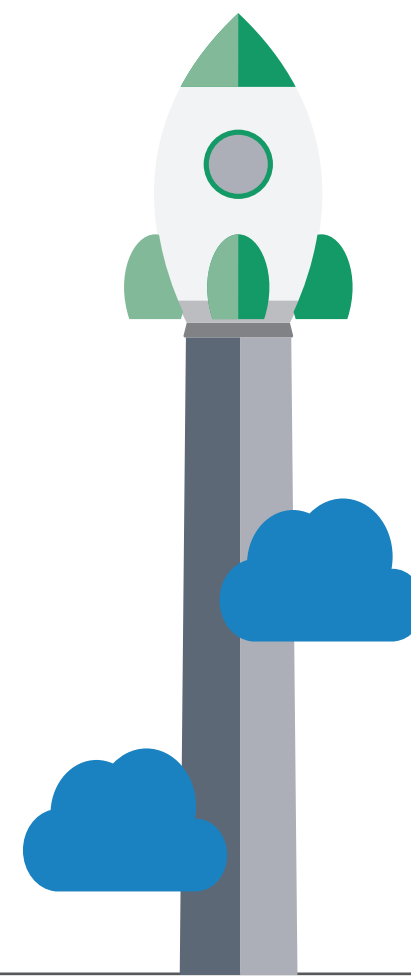
Atividade	Total			
Costumo trocar informações pessoais com desconhecidos	3,93	3,41	4,91	3,99

Entre todos os enunciados este foi o que obteve o maior valor relativo de discordância. Os Exploradores Avançados são os que têm maior consciência da necessidade de zelar por sua segurança e pela proteção de seus dados na internet. Com o aumento da diversidade e da amplitude do uso da rede, tais preocupações e cuidados tendem a se diluir e diminuir de intensidade, abrindo possibilidades para a insegurança e para o risco digital. Os dados mostram que, no geral, o jovem conectado se mostra preocupado com a informação compartilhada na internet e com o uso adequado e respeitoso destas informações.

Por outro lado, respostas oferecidas pelos jovens internautas a outras afirmações foram, em boa medida, surpreendentes. Aguardavam-se níveis mais elevados de concordância em relação a tópicos como: "A internet mudou meu hábito de buscar informações" (7,8); "O uso da internet contribui para aproximar pessoas" (7,7) e "A Internet mudou a forma como eu realizo atividades de lazer" (6,6).



O jovem internauta brasileiro é essencialmente focado nas atividades de comunicação e entretenimento na internet. Apesar dessa concentração de uso, a rede é entendida como elemento intrínseco do cotidiano. Para eles, estar conectado não é algo que se sobrepõe à existência, mas sim uma ação que a constitui e estrutura.



Ao menos na avaliação dos representantes da juventude conectada pesquisada, **o uso cotidiano ou regular da internet não é um fator que comprometa efetivamente o sono e o descanso.** Em realidade, os valores obtidos para essa questão estiveram próximos da linha da neutralidade ou da indiferença. Considerando que outros dados da pesquisa revelam uma utilização ativa e intensa da rede mundial de computadores pelos jovens internautas pesquisados, acredita-se que **para eles tais práticas encontram-se mais plenamente naturalizadas, não configurando excesso ou rompimento de limites.**

Por outro lado, para os adultos – pais e profissionais responsáveis pela educação e pela saúde dos jovens – a questão da compulsão pela conectividade à Internet não é, contudo, aspecto irrelevante que dispense cuidados. Pelo contrário, sabe-se que o excesso do tempo gasto na rede pode interferir na produtividade desses jovens, alterando e prejudicando tanto a quantidade e a qualidade do descanso e do sono, quanto os próprios relacionamentos sociais e afetivos.

O uso intenso, prolongado e compulsivo da tecnologia e da conexão digital pode vir a representar um apelo irresistível ao jovem internauta, especialmente no que se refere ao acesso e uso das redes sociais, serviços instantâneos de trocas de mensagens e jogos online. **Ainda que sob vigilância e controle dos pais, não é difícil para o jovem contornar o bloqueio, especialmente quanto tem acesso a dispositivos portáteis, como celulares e smartphones, e à conexão Wi-Fi.**

É preocupante, contudo, destacar que nas redes sociais **as facilidades de compartilhamento e de difusão instantânea de informações tanto verdadeiras, quanto infundadas ou propositalmente falsas, potencializam não apenas a intensidade e a velocidade da comunicação, mas também ampliam as possibilidades e as extensões dos danos e prejuízos pessoais no caso de ofensas e injúrias relacionados às diferentes práticas do bullying.** Todos esses fenômenos podem ainda crescer exponencialmente frente à falsa impressão de impunidade que permeia as manifestações feitas no mundo digital.

Os Exploradores Avançados aderem e usufruem das comodidades do comércio eletrônico mais intensamente do que os Exploradores Intermediários e distanciam-se ainda mais destacadamente em relação aos Exploradores Iniciantes.

#EDUCAÇÃO

Atividade	Total	  	  	  
É mais fácil fazer trabalhos escolares consultando a internet	8,39	8,43	8,41	7,73
A internet permite o preparo e a auto avaliação para provas e testes (ENEM, concurso público, vestibular)	8,14	8,08	8,28	7,84
O uso de internet e outras tecnologias de comunicação melhoram o relacionamento e a troca de conhecimento entre os alunos	7,79	7,81	7,85	7,22
A internet possibilita o acesso ao aprendizado no meu ritmo, local e horário mais adequado às minhas necessidades	7,62	7,39	8,03	7,65
Aprendo mais com uma aula presencial do que com uma aula online	7,55	7,57	7,6	7,04
Já aprendi coisas úteis para a vida ou para o trabalho na internet, que eu não aprenderia na escola/faculdade	7,53	7,35	7,84	7,73
Um bom professor é aquele que sabe utilizar a internet e os recursos tecnológicos para ajudar no aprendizado dos alunos	7,53	7,54	7,5	7,58
Fico mais motivado a estudar com o uso de Internet	7,12	6,88	7,51	7,33
No futuro com a internet, o professor passará a ser mais um orientador de estudos	6,97	6,81	7,23	7,07
O uso de internet melhora o relacionamento entre alunos e professores	6,95	6,97	6,96	6,73
Em muitos casos a Internet atrapalha a aprendizagem, pois as redes sociais e os games distraem o aluno reduzindo seu tempo de estudo	6,59	6,65	6,56	6,07
Utilizando a internet ampliei meus conhecimentos da língua inglesa	6,59	6,19	7,22	7,2
Na internet tem muita informação o que dificulta seleção do melhor conteúdo	6,15	6,01	6,46	5,78
Não saber inglês pode impedir o melhor uso da internet	5,75	5,51	6,15	6,07

De um modo geral, a maioria dos jovens internautas entrevistados considera o uso da Internet como ferramenta valiosa de apoio e suporte ao estudo, à pesquisa escolar e à realização de tarefas, incluindo o preparo para provas e exames. É interessante destacar que **os Exploradores Intermediários e os Exploradores Avançados concordam mais fortemente do que os Exploradores Iniciantes que o uso da Internet contribui para ampliar os conhecimentos de língua inglesa**. Tal fato corrobora a percepção de que um uso mais rico e abrangente de ferramentas e possibilidades conectivas e interativas na Internet colabora para adquirir e desenvolver um conjunto maior de saberes.

Admite-se como certo que a **prática constante de fazer downloads e de consumir diferentes produtos da indústria cultural** – filmes, vídeos, música e outros –, bem como de instalar aplicativos e programas digitais **contribui decisivamente para ampliar o repertório intelectual, informativo e cultural do jovem de uma maneira geral e também para o aprendizado, aquisição e desenvolvimento de outras línguas, especialmente a inglesa**, na qual são produzidos, redigidos e/ou falados e cantados as maiores parcelas dos itens consumíveis na internet. Nesse mesmo sentido, tornou-se compreensível o posicionamento dos Exploradores Iniciantes, que são os que mais discordam da afirmação de que não saber inglês pode impedir ou limitar o melhor uso da internet.

Os Exploradores Avançados demonstram ter mais competência do que os representantes dos demais perfis na seleção de conteúdos disponíveis na Internet, que sejam mais relevantes para os seus interesses pessoais. Interessante observar que os jovens internautas pesquisados informam, no geral, concordar, com pequena margem de diferença, tanto com as afirmativas de que o uso da internet e de outras tecnologias de comunicação melhoram a troca de conhecimentos e o relacionamento entre alunos (7,79), quanto entre alunos e professores (6,95).

O estreitamento dos laços sociais entre os próprios alunos e entre eles e os professores, sob a mediação da internet, pode contribuir decisivamente para a inovação na educação e para a maior penetração das tecnologias de informação e comunicação no ambiente escolar.

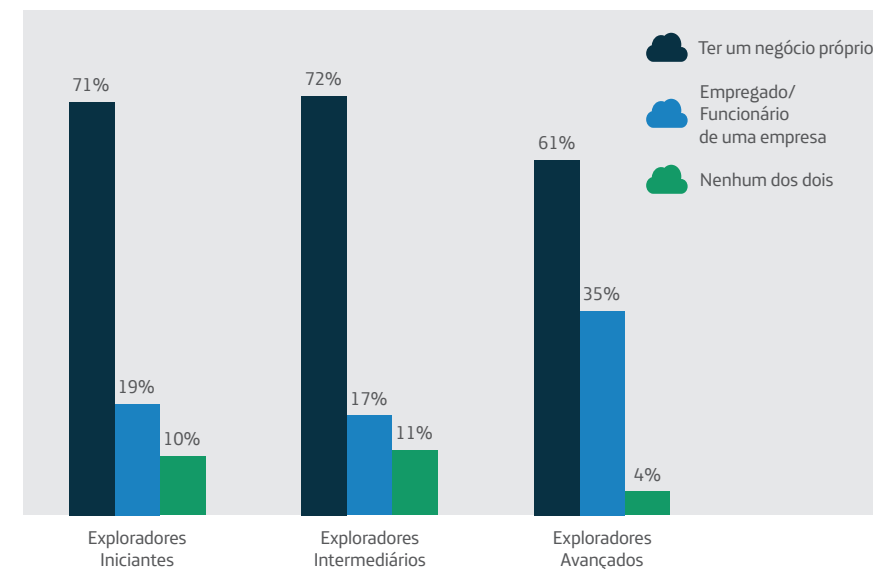
#EMPREENDEDORISMO

Atividade	Total			
A internet pode acelerar o desenvolvimento de projetos	8,02	8	8,12	7,61
A internet estimula a inovação/ geração de ideias e novas soluções	8,01	7,94	8,24	7,37
A internet ajuda no desenvolvimento da carreira profissional	8	7,89	8,27	7,65
É possível ganhar dinheiro trabalhando com as ferramentas da internet	7,88	7,85	8,02	7,32
A internet possibilita a criação de novos serviços/ produtos/ projetos que não seriam possíveis de outra maneira	7,74	7,61	8,07	7,28
A internet é um ambiente que contribui para o espírito empreendedor	7,67	7,6	7,81	7,52
A internet permite levantar dinheiro/financiamento para a realização de projetos/novos negócios /startups	7,27	7,21	7,4	7,23
Penso em usar a internet para desenvolver meu próprio modelo de empreendimento	6,86	6,61	7,36	6,74

Cabe destacar, contudo, que **as questões que apontam para crenças e valores associados ao potencial da internet em apoiar, acelerar, estimular e contribuir para a criação e o desenvolvimento de novas ideias e projetos inovadores tiveram níveis de aprovação e concordância mais significativos que outros conteúdos de ordem mais prática e aplicada desses mesmos potenciais.** Pode-se observar, assim, que quando questionados se pretendiam utilizar a internet para desenvolver seu próprio empreendimento, o nível de concordância reduziu-se sensivelmente.

Quando perguntados a respeito de suas preferências em relação ao futuro profissional, **a maior parte da juventude conectada brasileira deseja ter um negócio próprio (71%), ao invés de ser empregado ou funcionário de uma empresa (opção que agrega 19% dos entrevistados).** Uma parcela de 10% diz não ter preferência por nenhuma das opções oferecidas.

PREFERÊNCIAS DA JUVENTUDE CONECTADA BRASILEIRA EM RELAÇÃO AO EMPREENDEDORISMO












Há que se destacar que, no caso da ação empreendedora, não se constataram diferenças estatisticamente significativas entre os Exploradores Iniciais e os Exploradores Intermediários, que declaram preferir um negócio próprio em, respectivamente, 71% e 72% dos casos. Já para os Exploradores Avançados, o percentual de adesão foi significativamente inferior (61%). Eles tendem a preferir um emprego em uma empresa (35%), opção declarada por 19% dos Exploradores Iniciais e 17% dos Exploradores Intermediários.

A força do empreendedorismo no Brasil está na juventude. Embora identificado o desejo de empreender do jovem brasileiro, investir em novos negócios continua sendo um desafio e uma oportunidade que encontra na burocracia, na qualificação e alocação de recursos seus principais inibidores.

Apenas 15% da juventude conectada brasileira espera abrir um negócio próprio nos próximos cinco anos. A maioria considera essa possibilidade pouco provável (30%) ou apenas provável (28%), 14% diz que é nada provável, enquanto 13% não sabem responder à questão proposta. É interessante ressaltar que, para essas duas últimas alternativas, os percentuais relativos de adesão dos Exploradores Iniciais foram sensivelmente superiores do que os declarados pelos demais perfis (16% e 14%, res-

pectivamente) – o que denota um **maior grau de dificuldade em projetar um futuro empreendedor para aqueles que usam a internet de modo menos abrangente e diversificado.**

Os **Exploradores Intermediários são, proporcionalmente, os que mais declararam a intenção de abrir negócio próprio nos próximos cinco anos:** 21% consideram a hipótese muito provável; 33%, provável e 27% pouco provável. Em sentido contrário, são os Exploradores Avançados os que mais declaram preferir ser empregados ou funcionários de uma empresa. **Uma provável explicação é que os Exploradores Avançados são, em boa parte dos casos, jovens melhor preparados para o mercado de trabalho, sendo, nesse sentido, mais confiantes no futuro que podem encontrar junto às empresas.** Já os Exploradores Intermediários e Iniciantes tendem a se enquadrar entre os níveis menos atraentes de empregabilidade, motivo pelo qual empreendimentos próprios podem parecer uma alternativa profissional e econômica mais desafiadora e potencialmente gratificante. Importante destacar a necessidade de capacitação e conhecimento como um desafio que deve ser ultrapassado, tendo como meta desenvolver um empreendimento capaz de gerar riqueza, distribuição de renda e desenvolvimento econômico sustentável.

Atividade	Total	  	  	  
Planejar/Desenvolver uma ideia	60	56	65	72
Criar/Estruturar um negócio	56	52	63	67
Obter financiamento para projetos	41	37	48	43
Índice de Multiplicidade	1,83	1,75	1,95	1,96

De maneira geral, os Exploradores Avançados demonstram maior nível de confiança na rede para os propósitos de planejamento, desenvolvimento, criação e estruturação de novos negócios, sendo o oposto verdadeiro para os Exploradores Iniciantes. Os Exploradores Intermediários, por sua vez, são os que demonstram maior expectativa positiva em relação à contribuição da Internet financiar para projetos.

#ATIVISMO

Atividade	Total	  	  	  
A internet aumenta a participação das pessoas em manifestações/ movimentos sociais ou políticas	7,94	7,93	8,02	7,51
Antes de aceitar um convite feito pela internet de uma manifestação eu verifico se a fonte é confiável	7,92	7,92	7,98	7,48
A internet colabora com o aumento da visão crítica	7,56	7,45	7,89	6,89
Produzir e compartilhar nas redes sociais vídeos, fotos e textos sobre problemas sociais e ambientais é uma forma de protesto muito eficaz	7,47	7,36	7,71	7,3
A participação em mobilizações sociais colabora para a consciência política	7,45	7,38	7,61	7,26
A internet permite a melhor organização das pessoas para resolver problemas da sociedade	7,25	7,13	7,51	7,11
A internet é a melhor ferramenta para manifestar minha opinião	7,08	7,01	7,21	7,14
Procuro aprender sobre causas sociais, ambientais e políticas pela internet	7,01	6,72	7,55	6,98
A internet facilita o meu envolvimento em ações solidárias/Doações de dinheiro, tempo, trabalhos outros recursos para causas sociais	6,86	6,63	7,33	6,66
Antes de comprar algo, pesquiso na internet se a empresa tem responsabilidade socioambiental	6,47	6	7,29	6,92
Não aprovo/curto quem participa de movimentações sociais e políticas apenas pela internet, é preciso participar presencialmente.	6,05	6,03	6,12	5,93

Como a pesquisa de campo foi realizada no contexto e no entorno das grandes mobilizações que tomaram as ruas de todo o País em meados do ano de 2013, acredita-se que seus resultados reflitam o grande destaque alcançado pelas atividades de informação, militância e mobilização levadas a cabo no âmbito das redes sociais, bem como a grande magnitude da exposição midiática da influência da internet no campo do ativismo social.

Os Exploradores Intermediários apresentam médias sensivelmente maiores que a dos Exploradores Iniciantes e Avançados no conjunto das questões relacionadas ao ativismo. Tal fenômeno parece sinalizar um maior grau de consenso quanto à relevância do papel da Internet para informar, conscientizar e mobilizar o jovem para a ação social.

É interessante e oportuno ressaltar um ponto de inflexão relevante: os valores médios de concordância são significativamente mais altos para as questões que tratam do papel da internet nas práticas do ativismo e da mobilização social. Já para a parcela de afirmações que se debruçavam sobre a atuação prática e efetiva do jovem, os valores médios de concordância caem bastante, tendendo à neutralidade.

Ainda que não de modo intenso e decisivo, predomina entre os jovens pesquisados uma tendência de atribuir à internet um papel mais relevante como instrumento de conscientização e de mobilização social do que como indutora da tomada de decisões e de práticas ativistas. Corroborando para este entendimento, também, o fato de a questão sobre a validade e pertinência da participação política apenas através da internet ter obtido o maior índice de neutralidade entre todas as questões.

Cabe mencionar que, para esse conjunto de afirmações, os Exploradores Avançados apontaram notas valorativas menores do que os Exploradores Iniciantes. A explicação mais significativa para estes resultados é o maior grau de escolaridade e de acesso a bens e serviços informativos e culturais por parte dos Exploradores Avançados, o que os torna menos dependentes das possibilidades oferecidas pela internet e, ainda mais especificamente, de suas redes sociais.

É importante destacar que o crescimento da dependência ou até mesmo da praticamente exclusividade em relação às informações disponibilizadas pela internet – e principalmente pelas redes sociais – empobrece os questionamentos, os deba-










tes e a busca da construção de argumentações convincentes, necessários à viabilização de consensos amplos e democráticos. O confinamento informativo a circuitos de amigos e conhecidos tende a esvaziar a expressão de pensamentos e interpretações divergentes sobre os fatos, limitando o crescimento dos conhecimentos e saberes pela ação do diálogo entre pessoas diferentes, ajudando a perpetuar a circularidade das trocas entre iguais.

Ressalta-se, neste contexto, a importância da sinergia e da complementariedade entre diferentes esferas informativas, especialmente entre a Internet, a escola e a imprensa profissional – entendida como instância moderadora do debate público. Preocupa, assim, entre outros aspectos, o distanciamento do jovem internauta da leitura diária ou periódica de jornais, revistas dedicadas à análise de notícias e de outros

produtos especializados da mídia informativa. Importante observar o papel extremamente relevante de amigos e da mídia alternativa como fontes de informação mais acessadas e consideradas confiáveis, do que os meios tradicionais.

O índice de jovens internautas que não participa de nenhuma categoria de ação ou de mobilização social é de 38%, sendo ainda mais relevante para os Exploradores Iniciantes (44%). Em sentido contrário, o maior nível de engajamento foi observado para os Exploradores Avançados (23%), seguidos pelos Exploradores Intermediários (29%).

Abaixo-assinados e petições são as categorias que mais atraem a adesão da juventude conectada brasileira (41%), seguidos pelas manifestações públicas, passeatas e protestos de rua (38%) e dos debates sobre temas de interesse público (31%).










Atividade	Total	  	  	  
Abaixo-assinado/Petições	41%	36%	48%	56%
Manifestação pública/Passeata/Protesto	38%	32%	47%	47%
Debate sobre temas de interesse público (em instituições de ensino/Partidos políticos/Grupos políticos/organizações não governamentais)	31%	26%	38%	48%
Voluntariado	25%	19%	33%	38%
Greve	20%	16%	25%	35%
Doação financeira	18%	15%	22%	22%
Crowdfunding	7%	5%	10%	14%
Não participou de nenhum	38%	44%	29%	23%
Índice de Multiplicidade	2,18	1,93	2,53	2,83

O aumento da adesão aos diferentes tipos de ações de mobilização social e de ativismo é evidente entre os Exploradores Intermediários, quando comparados aos Exploradores Iniciantes, fato que se repete na comparação entre Intermediários e Avançados. Comprova-se, assim, a correlação positiva entre o ativismo e a diversidade e riqueza do uso da internet. O acesso a canais e ferramentas diferenciadas e ampliadas de informação favorece e contribui decisivamente para a conscientização e a tomada de posições em relação a problemas sociais, políticos e/ou ambientais.










Esse favorecimento também pode ser verificado quando se trata de doar ou captar recursos. Uma parcela de 18% dos jovens internautas pesquisados declarou fazer doações financeiras, sendo que apenas 7% o faz via crowdfunding. Esse mecanismo de captação de recursos, embora incipiente, apresenta relativo crescimento no Brasil e tem uma sensível diferença de apelo junto ao público pesquisado, quando comparado a outras formas de ativismo e de mobilização social. Essas diferenças são particularmente significativas entre os Exploradores Iniciantes e os Exploradores Avançados, que apresentam níveis discrepantes de familiaridade, desenvoltura e disponibilidade para o trato de questões financeiras.

Interessante observar que o índice de multiplicidade apurado demonstrou que o jovem conectado brasileiro pratica, em média, 2,1 diferentes ações de ativismo e de mobilização social. Esse indicador é diferencial entre as categorias, elevando-se de 1,93 entre os Exploradores Iniciantes, para 2,53 entre os Exploradores intermediários e, finalmente, para 2,82 entre os Exploradores Avançados. Os Exploradores Avançados revelaram-se, também, como aptos e praticantes de formas mais numerosas e diversificadas de ativismo social, adotando, em média, 2 diferentes modalidades. Para os Exploradores Iniciantes esse indicador ficou em 1,55 e para os Exploradores Intermediários, em 1,8.

A mobilização presencial mostrou-se a mais significativa para todos os perfis considerados e com o menor nível de divergência entre eles. Para as demais formas de participação e mobilização social, aprofundaram-se as diferenças, especialmente no que se refere ao uso da própria internet como ferramenta para o ativismo. Neste caso, o índice apurado é de 81% entre os Exploradores Avançados, de 69% entre os Exploradores Intermediários e de 46% entre os Exploradores Iniciantes.

Atividade	Total	  	  	  
Presencial	87	89	84	85
Pela Internet	57	46	69	81
Por SMS/Celular (Mensagens)	16	14	18	21
Por Correio	8	6	10	13
Índice de Multiplicidade	1,68	1,55	1,81	2

É pertinente ressaltar que os Exploradores Avançados priorizam mais a educação do que os demais perfis. Já em relação à casa e negócios próprios, as diferenças entre eles e os outros dois perfis de jovens são menos consideráveis.

Atividade	Total	  	  	  
Investiria nos estudos	46	45	47	57
Iniciaria um negócio (sozinho ou com um sócio)	42	41	45	43
Compraria uma casa/Quitaria minha casa	31	33	28	32
Viajaria para estudar/Fazer um intercâmbio	17	16	19	16
Viajaria a lazer	17	17	17	16
Gastaria em coisas que sempre quis ter (passeios, roupas, carro, artigos de luxo etc.)	12	13	10	11
Não trabalharia/Pararia de trabalhar	4	4	3	5
Nenhuma dessas opções	2	2	1	3
Não sabe	4	4	5	5
Índice de Multiplicidade	2,08	2,07	2,06	2,34

7

CONSTATAÇÕES, TENDÊNCIAS
E PROSPECÇÕES

#OQUEDIZAPESQUISA

CONSTATAÇÕES, TENDÊNCIAS E PROSPECÇÕES

#OQUEDIZAPESQUISA

No caldo de cultura pós-moderna da internet emerge um novo e complexo ecossistema de comunicação, com cenários futuros de curto e médio prazos, centrados em aparelhos “inteligentes”, porque conectados, como óculos, carros, relógios e geladeiras, evoluindo para “cidades inteligentes”. Esse conjunto de fenômenos justifica a necessidade de estudos e pesquisas para melhor conhecer os usos, as apropriações, as habilidades e as competências dos jovens brasileiros conectados hoje e, assim, prospectar seus futuros na crescente centralidade da tecnologia na vida contemporânea.

Os impactos desta centralidade da internet espraiam-se por todas as áreas da atividade humana, criando o “novo” nem sempre a partir da morte do “velho”, mas, via de regra, da convivência destes estranhos que precisam negociar num contexto de *coopetition* (cooperação + competição).

Focada em quatro eixos temáticos: **educação e aprendizagem, ativismo, empreendedorismo e comportamento**, a pesquisa *Juventude Conectada*. Idealizada pela Fundação Telefônica Vivo, e realizada em parceria com o IBOPE Inteligência, com o Instituto Paulo Montenegro e com a Escola do Futuro – Universidade de São Paulo, constitui-se em iniciativa inovadora, relevante e oportuna, que traz uma contribuição valiosa e única no entendimento comportamental e atitudinal da juventude brasileira contemporânea.

Neste conjunto, dois focos temáticos – **empreendedorismo e ativismo** – ganharam maiores destaques por diferentes razões. Em primeiro lugar, porque não se deve perder de vista que ambos são emergentes em relação aos outros dois – **educação e comportamento** – historicamente mais estudados em iniciativas de investigação e estudos similares. Em seguida, o ativismo juvenil, no contexto da mobilização pela internet, constitui fenômeno recente não apenas no Brasil, mas em todo o mundo e por isso mesmo ainda carece de estudos sociológicos e antropológicos. **Contribuições ao seu entendimento e contextualização, como os propiciados por essa pesquisa, tornam-se, portanto, valiosos aportes para a investigação social mais acurada do potencial transformador dessas iniciativas, especialmente em relação aos sonhos, projetos e perspectivas que os jovens querem desenhar para o seu futuro.**

Quanto ao **empreendedorismo**, a opção pela ênfase no seu detalhamento decorre da sua **inquestionável relevância na orquestração dos negócios no mundo contemporâneo** e da prospecção de sua centralidade enquanto **fator dominante para a realização profissional, social e afetiva da juventude dos dias de hoje**. Em nenhum momento, contudo, se prescinde do registro e da análise das poderosas conexões e interdependência do empreendedorismo com a educação e aprendizagem dos jovens, foco também contemplado nesta investigação.

Cabe destacar, também, que essa pesquisa avança em alguns aspectos teórico-metodológicos que a tornam única no cenário global das informações a respeito da juventude conectada brasileira. Primeiramente, por incorporar de maneira integrada, abrangente e articulada abordagens quantitativas e qualitativas de pesquisa, que permitem o aprofundamento, a diversificação e a complexificação dos olhares sobre o objeto investigado e a leitura mais densa e multifacetada dos hábitos, atitudes e comportamentos do jovem internauta brasileiro.

Em segundo, porque objetiva a consolidação dos recortes macrorregionais e das diferenças entre as suas respectivas cidades do interior e suas capitais, reconhecendo a existência nestes espaços, de multiplicidades e diferenças dignas de registro e interpretação. Por tudo isso, os resultados obtidos compõem um quadro essencialmente novo e desbravador, tanto pela dimensão, amplitude e atualidade dos seus dados, quanto pela originalidade dos enquadramentos propostos e executados.

A incorporação da tecnologia da informação aos modos de produção, a abertura e expansão de exigentes e competitivos mercados e a **necessidade urgente das nações emergentes em se adequar à atual conformação global vêm transformando em protagonista um novo binômio: inovação e empreendedorismo**. Para o Brasil tirar partido das excelentes condições de crescimento possibilitadas atualmente pela globalização, é condição *sine qua non* o desenvolvimento de instituições fortes e mecanismos modernos que permitam a atualização constante dos modelos de gestão. A capacidade de gerar conhecimento e transformá-lo em riqueza e desenvolvimento social – metas imposteráveis para a própria sobrevivência dos países – depende da ação de agentes institucionais responsáveis por gerar e aplicar o conhecimento, quais sejam: governo, universidades e empresas.

Os modelos de política pública no Brasil são propostos por tais agentes. No caso de empresas, parte-se da identificação de um problema e da busca da solução inovadora, em oposição a ineficazes modelos ortodoxos. A seguir vem a fase de experimentação; e, uma vez bem-sucedida a ideia, o empreendedor procurará sistematizá-la e reproduzi-la – ao ganhar escala, a solução inovadora pode vir a tornar-se um modelo. Inovação é o uso de ideias para otimizar processos ou criar diferenciais em produtos e serviços, ou diminuir custos. Mas não basta apenas ter novas ideias, elas devem ser testadas e ser capazes de agregar valor aos negócios. Com a inovação, as empresas evoluem, lançam novos produtos e melhoram os serviços, abrem mercados e criam barreiras estratégicas. No mundo corporativo, partindo da observação e idealização, a tecnologia chega ao mercado por meio dos modelos de negócios. A cadeia de valores que fornece a metodologia para transmutar ideias em ação nos negócios é chamada de pipeline de inovação.

Gestão da inovação é a gestão do pipeline da inovação – área multidisciplinar e multifuncional que compreende produção de ideias, pesquisa e desenvolvimento, experimentação, planejamento estratégico, produção em escala, modelos e boa administração de negócios, incluindo desenvolvimento organizacional e ações de marketing, para finalmente chegar ao tão ambicionado mercado. A gestão da inovação é fundamental no desenvolvimento dos negócios, e o empreendedor é elo-chave no processo: é ele o gestor da inovação. Podemos considerar **como indicadores da atividade empreendedora a vocação para a inovação, a capacidade de lidar com o risco e a habilidade criativa**. Por outro lado a vantagem competitiva induzida pela atividade empreendedora está fortemente ligada à capacidade tecnológica, de geração de patentes e de conhecimento das demandas do mercado consumidor.

A organização **Global Entrepreneurship Monitor (GEM)**, avalia o nível anual de atividade empreendedora desde 1999, com base na participação e papel do empreen-

dedor no crescimento das economias nacionais. O relatório recentemente publicado com os dados de 2013 envolveu 70 economias, e contou com a participação de mais de 197 mil indivíduos pesquisados, e aproximadamente 3.800 especialistas em empreendedorismo. O estudo analisa em detalhe diversas qualidades e iniciativas que dizem respeito ao empreendedor como indivíduo, no Brasil e no mundo. Os resultados da pesquisa de 2013 colocam **o brasileiro como um dos povos mais empreendedores do planeta**.

A GEM no Brasil conta com a colaboração do Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP), além do Sebrae, FGV, e outras instituições, com o objetivo de estimar a prevalência de indivíduos envolvidos em atividade empreendedora em determinado momento e avaliar as condições que levam à criação bem-sucedida de uma empresa. O GEM avalia o empreendedorismo segundo as etapas do processo empreendedor, que vão desde o momento em que os indivíduos expressam a intenção de iniciar um empreendimento, até a criação e manutenção desse empreendimento em suas fases iniciais ou quando este já é considerado estabelecido.

Para efeitos de comparação, mantendo a linha de análise dos últimos anos, o GEM, de acordo com a classificação baseada no Relatório de Competitividade Global – publicado pelo Fórum Econômico Mundial –, agrupa as economias dos países participantes em três níveis: países impulsionados por fatores, países impulsionados pela eficiência e países impulsionados pela inovação. **Nas economias impulsionadas por fatores predominam atividades com forte dependência dos fatores trabalho e recursos naturais. As economias impulsionadas pela eficiência são caracterizadas pelo avanço da industrialização e pelos ganhos em economia de escala, com predominância de grandes organizações intensivas em capital. No caso dos países mais avançados, os negócios são mais intensivos em conhecimento e o setor de serviços se expande e se moderniza, caracterizando as economias impulsionadas pela inovação.**

Quando comparado **no contexto dos BRICs, o relatório GEM classifica Brasil, Rússia, China e África do Sul, segundo a fase do desenvolvimento econômico em países impulsionados pela eficiência** enquanto a Índia se encontra entre os países impulsionados por fatores. Segundo o relatório GEM, nos anos recentes o perfil do empreendedor brasileiro tem se alterado significativamente. **O Brasil experimentou uma transição de um número maior de empreendedores por necessidade para uma maioria de empreendedores que encontra oportunidades de negócio antes de iniciar um empreendimento**. Estas mudanças estão relacionadas com os cenários macroeconômico e social delineados no Brasil desde o início do Século XXI.

O aumento da escolaridade nos últimos anos contribuiu para que o índice de sobrevivência das empresas continue se expandindo. Jovens entre 18 e 34 anos são donos de 50% dos negócios com até três anos e meio de atividade, enquanto nas empresas que estão mais tempo no mercado apenas 25% são desta faixa etária. Segundo o relatório GEM, quase 85% dos brasileiros consideram abrir empresa como boa opção de carreira, bem acima do percentual dos países que compõem os BRICs – Rússia (66%), Índia (61%), China (70%), e África do Sul (74%).

As definições de empreendedorismo não são estatisticamente mensuráveis. “Mensurações existem, mas não refletem necessariamente os objetivos do empreendedorismo que os agentes responsáveis pelos modelos de políticas públicas propõem” (OCDE, 2006). De acordo com a OCDE, enquanto há considerável interesse em empreendedorismo dos países-membros da organização, não há macroestatísticas, com conceitos e definições, nem ao menos uma relação de indicadores-chave indispensáveis ao entendimento coletivo do empreendedorismo e dos impactos resultantes.

Os governos prestam cada vez mais atenção à instrução e ao treinamento para as iniciativas empresariais. Não há um modelo único para ensinar a iniciativa empresarial na instrução e no treinamento: os jovens devem aprender a abrir seu próprio comércio? Ou devem ser orientados a manifestarem seu consentimento para modificar o comportamento e correr riscos? Os Estados Unidos tendem a favorecer a primeira abordagem, enquanto a Suécia prefere a segunda. O Reino Unido utiliza essas duas abordagens (OCDE, 2005).

A maioria dos empreendedores iniciais brasileiros avalia ter conhecimento, habilidade e experiência para começar um novo negócio (72,8%). **O perfil do empreendedor brasileiro é hoje mais escolarizado e também mais jovem. De acordo com o GEM, 50% dos empreendedores com até três anos e meio de atividade têm entre 18 e 34 anos.** A pesquisa mostra, ainda, que 52% dos novos empreendimentos são comandados por mulheres.

Ciência, tecnologia e inovação (CT&I) são elementos-chave para o crescimento, a competitividade e o desenvolvimento de empresas, indústrias, regiões e países. Também têm importância fundamental na determinação do estilo de desenvolvimento de regiões ou nações e na forma como este afeta no presente e afetará no futuro a qualidade

(...) as competências são desenvolvidas em diferentes níveis: individual, em grupos e organizacional de forma integrada. No que se refere aos empreendimentos de startups, o desenvolvimento das competências e capacidades está relacionado, em um primeiro momento, à figura do empreendedor. O grande desafio das incubadoras e dos empreendedores emerge da necessidade de transferência dessas competências individuais em competências organizacionais (LUZZARDI, p. 52).

de vida da população em geral e de seus diversos segmentos. Influenciam a educação, a informação, a cultura, os costumes e a sociedade.

CT&I são conceitos que devem tornar-se parte da nova cultura corporativa do século XXI, de maneira que as empresas, independentemente de tamanho, setor e contexto de atividade produtiva, possam ser capazes de competir na nova ordem mundial. A inovação é uma vantagem competitiva que deve ser desenvolvida e adotada e que não pode estar dissociada de ciência e tecnologia.

Com a implacável ascensão da globalização, fomentar o empreendedorismo exige planejamento e determinação e as empresas originadas a partir deste cenário vêm sendo submetidas a crescentes ondas de turbulências no ambiente competitivo, com mudanças de um mundo familiar, em termos de produção e marketing, para outro, desconhecido, em que novas tecnologias, concorrentes, atitudes do consumidor, dimensões de controle social e acima de tudo, questionamentos sobre o papel social intensificam o grau de incerteza.

Corporações e renomadas escolas de administração do mundo todo procuram aprofundar o entendimento dos novos paradigmas em busca do êxito, da perenidade e da sustentabilidade dos negócios empreendedores e inovadores. Cliente, estratégia, auto-avaliação, aquisição de conhecimentos, network, liderança, gestão de pessoas, gestão de processos entre tantos outros enigmas estão sendo esmiuçadas, nada pode escapar da detecção e da análise.

Em resposta à crescente globalização, à mobilidade dos melhores talentos e à volatilidade da economia mundial, as organizações no mundo todo devem ter uma abordagem mais sofisticada para gerir o seus talentos. Os gestores de recursos humanos devem atuar no sentido de auxiliar essa transformação repensando técnicas, alinhando os objetivos de RH com os objetivos organizacionais e desenvolver novas abordagens baseadas em evidências para a gestão de talentos.

Essas transformações redefinem a oferta e procura por talentos. Em todos os tipos de organizações mudanças profundas estão alterando os modelos de negócio e inaugurando uma nova era de complexidade, incerteza e modificações para as empresas. O surgimento da internet e de tecnologias relacionadas acelerou essas mudanças no mercado, provocando redefinição de estratégias, processos e padrões de competitividade. Assim, **é preciso reposicionar conjuntos de habilidades e com-**

petências profissionais em todos os níveis de empreendimentos. Segundo o relatório Global Talent 2021 produzido pela Organização dos Estados Americanos (OEA) em conjunto com empresas e universidades identifica **quatro áreas em que estas habilidades estão em maior demanda nos próximos dez anos:**

Competência digital ou digital literacy: competências em lidar com os avanços tecnológicos, habilidade em trabalhar de forma virtual, entender o papel das tecnologias de informação e comunicação para o negócio, habilidade de usar as mídias sociais e WEB 2.0, bem como aptidão para lidar com design digital. Em suma, trata-se de um profissional que usa a criatividade e a técnica para desenvolver interfaces digitais interativas, geradas pelo surgimento da mídia digital.

Pensamento ágil ou agile thinking: estar preparado para atuar em múltiplos cenários, lidar com complexidades, ambiguidades, paradoxos e conflitos.

Relacionamento interpessoal e comunicação: criatividade, colaboração, trabalho em equipe e comunicação são habilidades e competências que refletem a mudança do modelo comando-controle para um estilo colaborativo e “fluido”.

Operação global: habilidade de gerenciar a diversidade, entender mercados internacionais, sensibilidade cultural e domínio de vários idiomas.

É o empreendedor que se inicia na aventura mercadológica colocado à prova diante do maremoto de desafios e preocupações e acúmulo excessivo de informações nem sempre bem digeridas a impedir a atracação na terra firme da boa gestão. **A sina da pequena ou média empresa não é diferente das sólidas instituições corporativas, e o caminho da organização em direção à excelência não é uma linha reta, mas um trajeto cheio de obstáculos, que só se consegue suplantar com constância de propósitos e mobilização de todas as competências.**

As grandes empresas estão em uma corrida para se tornar digitais. As primeiras a alcançar esse objetivo impactarão seus mercados e poderão ingressar em novas áreas. De fato, elas terão o controle de seus destinos digitais. Para os líderes de negócios, os próximos três anos determinarão o ritmo de suas organizações nessa nova corrida, afirma o relatório Accenture Technology Vision 2014: Every Business is a Digital Business. Ainda segundo o relatório, essas organizações entenderam que, embora ainda no início, existem oportunidades digitais significativas para se aproveitar. **As empresas começaram a utilizar seus vastos recursos e capital não somente para reagir a tecnologias emergentes, mas também para adotá-las.** Elas implementam estas ferramentas digitais em suas operações para que o impacto positivo nos negócios e na indústria ocorra em benefício próprio. Essa mudança de estratégia marca um **significativo ponto de inflexão: enquanto as grandes companhias se transformam e iniciam suas mudanças, as pequenas e as médias empresas ainda desempenharão importantes papéis.**

É o empreendedor que se inicia na aventura mercadológica colocado à prova diante do maremoto de desafios e preocupações e acúmulo excessivo de informações nem sempre bem digeridas a impedir a atracação na terra firme da boa gestão. A sina da pequena ou média empresa não é diferente das sólidas instituições corporativas, e o caminho da organização em direção à excelência não é uma linha reta, mas um trajeto cheio de obstáculos, que só se consegue suplantar com constância de propósitos e mobilização de todas as competências.

As grandes empresas estão em uma corrida para se tornar digitais. As primeiras a alcançar esse objetivo impactarão seus mercados e poderão ingressar em novas áreas. De fato, elas terão o controle de seus destinos digitais. Para os líderes de negócios, os próximos três anos determinarão o ritmo de suas organizações nessa nova corrida, afirma o relatório Accenture Technology Vision 2014: Every Business is a Digital Business. Ainda segundo o relatório, essas organizações entenderam que, embora ainda no início, existem oportunidades digitais significativas para se aproveitar. As empresas começaram a utilizar seus vastos recursos e capital não somente para reagir a tecnologias emergentes, mas também para adotá-las. Elas implementam estas ferramentas digitais em suas operações para que o impacto positivo nos negócios e na indústria ocorra em benefício próprio. Essa mudança de estratégia marca um significativo ponto de inflexão: enquanto as grandes companhias se transformam e iniciam suas mudanças, as pequenas e as médias empresas ainda desempenharão importantes papéis.



PARA SER PROTAGONISTA DA RUPTURA DIGITAL, É IMPORTANTE DESTACAR SEIS TEMAS QUE REFLETEM AS MUDANÇAS QUE SURGEM ENTRE AS LÍDERES DIGITAIS DO FUTURO:

- ✔ rompimento da tênue linha entre o digital e o físico (inteligência estendida)
- ✔ circulação e acessibilidade da informação (cadeia de suprimento de dados)
- ✔ redução de custos pela hiperescala
- ✔ uso crescente de aplicativos orientados ao negócio
- ✔ resiliência arquitetada para negócios ininterruptos
- ✔ ascensão das empresas sem fronteiras (a força de trabalho à colaboração em massa).

Garantir que os novos negócios criados todos os dias, fruto do espírito empreendedor, da criatividade e capacidade de inovação de uma nação possam prosperar em um cenário global e competitivo é responsabilidade da sociedade organizada, dos governos e de universidades que, através de um esforço concentrado, deverão ser capazes de propiciar o terreno fértil ao empreendedorismo que gera riqueza e desenvolvimento econômico sustentável.

A maioria da juventude brasileira conectada é crédula e confiante na importância da internet no apoio ao empreendedorismo juvenil. De um modo geral, o jovem brasileiro conectado mostra-se entusiasmado frente ao potencial da internet no desenvolvimento de projetos, no estímulo à inovação e no desenvolvimento da carreira profissional. Num conjunto de afirmativas a eles apresentado, a pesquisa mostrou que a maioria (52%) concorda totalmente ou quase totalmente que a internet: 1) pode acelerar o desenvolvimento de projetos; 2) a internet estimula a inovação/geração de ideias e novas soluções e a internet e 3) ajuda no desenvolvimento da carreira profissional.

Ainda no sentido de demonstrar confiança e entusiasmo no potencial da internet em apoiar atitudes empreendedoras dos jovens, estes afirmaram acreditar, em absoluta concordância, que a internet possibilita criar novos serviços, produtos e/ou projetos que não seriam possíveis de outra maneira. 45% deles também concordam que a internet é um ambiente que contribui para o espírito empreendedor e 41% que ela permite levantar dinheiro e/ou financiamento para a realização de projetos e novos negócios, especialmente no apoio às startups.

Na gênese do contemporâneo conectado e suas múltiplas facetas e organismos em formação, diversos aspectos carecem de mais estudo e pesquisas. A literatura sobre empreendedorismo, inovação e gestão de tecnologia tem pouco mais que uma década de vida. Empreendedores desassistidos, mas que têm excelentes ideias e produtos inovadores, acabam sucumbindo aos desafios da competitividade global. Diante dos resultados desta pesquisa recomendamos que o tema empreendedorismo seja inserido nos currículos da educação formal dos jovens brasileiros pelo menos a partir do ensino médio, para que os mesmos possam se conscientizar da importância de aproveitar as oportunidades geradas pelas plataformas web 2.0 na produção de riqueza, distribuição de renda e desenvolvimento econômico sustentável. Também é importante ressaltar novas formas de financiamento para startups (empresas cujo DNA reside na tecnologia da informação e inovação) e formas emergentes de financiamento coletivo na internet como crowdsourcing (doações via web).

As recentes manifestações de junho de 2013 desenharam um novo perfil da juventude brasileira. Muitos experimentaram, pela primeira vez, as sensações, a potência e as promessas de mudança nascidas da mobilização nas ruas, dos gritos em uníssono e do rompimento das barreiras e do isolamento cotidianos. Fenômenos recorrentes em várias partes do mundo nos dias contemporâneos, as mobilizações – especialmente as juvenis – mediadas pela internet, não se deixam, contudo, captar e serem interpretadas com facilidade. Pelo contrário, revelam facetas ainda desconhecidas do comportamento dos jovens e surpreendem os pensamentos afeitos à tradicionalidade dos focos nas instituições e práticas socialmente consagradas da representação e da canalização dos anseios políticos e cidadãos.

De fato, o que a juventude conectada brasileira revelou ao longo da pesquisa empreendida foi o seu largo desinteresse pela política presente e constituída no seu dia a dia. Entre os mais diversificados temas acessíveis pela internet, a política está entre os que menos despertam a atenção, o interesse e o apreço do jovem internauta. Coerentemente, está também entre os assuntos menos preferidos para a criação, postagem e compartilhamento de conteúdo.

Porém, a adesão dos jovens às mobilizações sociais veio revelar que a sua apatia e o seu distanciamento se dão, em realidade, como rejeição às práticas e às instituições constituídas e socialmente estabelecidas nos partidos, nos sindicatos, nas eleições. Para além do esgotamento deste modelo tradicional de se fazer política - que não sabe sequer dialogar com a juventude, com seus anseios, sonhos e projetos -, existe, contudo, a rua. E aí o jovem internauta brasileiro pode encontrar um novo espaço de experimentação do seu ser político e da construção da sua cidadania.

Observou-se que **a maioria dos jovens brasileiros conectados foi às ruas (57%), fenômeno esse que se revelou ainda mais intenso nas capitais de todo o País (61%). Do total dos internautas juvenis, 35% utilizaram ferramentas da web 2.0 para promover e participar das mobilizações sociais recentes.** Fica, portanto, evidente que a internet, ou ainda mais precisamente, a relação da juventude conectada com a internet, tiveram papel preponderante na organização e na viabilização desta ordem de mobilizações sociais.



No que se refere à educação e à aprendizagem, **as novas tecnologias digitais e as abordagens pedagógicas decorrentes de sua crescente e irrecorrível incorporação tanto em sala de aula, quanto nos estudos**, na realização de pesquisas e tarefas e de cursos online, seguramente, **irão modificar de maneira significativa e impactante as relações entre professores, alunos e escola**. Nesse contexto mutante, **os docentes, cada vez mais, passarão a ocupar a posição de tutor, mentor ou guia para o aprendizado automatizado de seus alunos**.

Tais perspectivas de mudança apontam para um cenário fortemente impactado pelo acesso amplo e intensamente frequente dos jovens à internet, que vem impor a ordem e os sentidos da absoluta urgência da transformação dos processos educacionais.

Enquanto, por um lado, os alunos passam a ter acesso expandido, praticamente ilimitado e extremamente diversificado às informações sobre os fenômenos do mundo, por outro, esses mesmos jovens não podem prescindir do apoio e da mediação dos professores para a construção crítica do pensamento, da ética, da cidadania e do discernimento capaz de lhe conferir autonomia e protagonismo enquanto sujeito.

Assim, **o professor deixa, de fato, de constituir-se em fonte única ou privilegiada da informação**, do conhecimento e da autoridade. Porém, **ao mesmo tempo, torna-se cada vez mais imprescindível na construção da seletividade das fontes, dos conteúdos e das abordagens, tornando-se aliado e guia do estudante na organização e execução de suas pesquisas quer sobre os assuntos curriculares, quer sobre a investigação de si mesmos e do mundo que os cerca**.

Novas abordagens pedagógicas irão exigir que professores e escolas passem a atuar na produção crítica das conexões entre os conteúdos aprendidos sob a influência e mediação das plataformas e das ferramentas digitais e a sua efetiva apreensão, a partir da aplicabilidade prática na realidade vivida pelo aluno. **Observa-se, portanto, que tanto o jovem aluno, quanto o professor encontram-se em processo mutuamente constitutivos: ambos estão em construção para o aprendizado e a exploração de novos processos de ensino-aprendizagem mediados pelas tecnologias de informação e comunicação**, que se caracterizam e se caracterizarão, cada vez mais intensamente, por práticas dialógicas, colaborativas, comunicativas e focadas na resolução de problemas e desafios.

Pesquisas como as recentemente publicadas pelo New Media Consortium (NMC)* apontam para **expectativas crescentes de adoção escolar dos chamados Recursos Educacionais Abertos (REA), em complementação ou substituição dos materiais didáticos tradicionais**. Ao mesmo tempo, novas possibilidades como a computação em nuvem, o uso dos recursos dos games e dos processos de gamificação e das práticas compreendidas pelo fenômeno do BYOD (traga o seu próprio equipamento, na sigla em inglês) seguramente passarão a fazer parte das rotinas dos estudantes em amplitudes consideráveis. Segundo o relatório desta instituição, de 2014, em termos mundiais, **a computação em nuvem e o BYOD deverão chegar às salas de aula em um horizonte de apenas um ano; os games e as práticas de gamificação, assim como as ferramentas de análise de aprendizado (learning analytics), em um intervalo de mais dois ou três anos e a internet das coisas e outras tecnologias, como as vestíveis, nos próximos quatro ou cinco anos**.

Evidentemente que se tratam de previsões auspiciosas e também ambiciosas, especialmente para as condições brasileiras, nas quais ainda prevalecem grandes dificuldades, atrasos e precariedades de infraestrutura de acesso à internet e aos computadores nas escolas – especialmente nas públicas. Porém, há

que se reconhecer que se trata de tendências apontadas com crescente frequência e por um número cada vez maior de pesquisadores e de instituições setoriais. O estudo The 2011 Horizon Report, também realizado pelo New Media Consortium, considerado referência no estudo das tecnologias e do potencial impacto nos processos de ensino-aprendizagem, já vislumbrava pouco depois do início desta década a adoção massiva de livros eletrônicos (e-books) e de celulares com acesso à internet, em um curtíssimo período de tempo nas salas de aula de países desenvolvidos como Japão e Estados Unidos.

Cumprir destacar a importância da utilização de buscadores para pesquisar para a realização das atividades escolares, ação praticada por 94% dos respondentes. As alternâncias ocorrem na intensidade. Desta forma, o uso de buscadores mais de uma vez ao dia oscila de 71% para os Exploradores Avançados, baixando para 41% entre os Intermediários, chegando a 14% entre os Iniciantes. Nota-se, aqui, grande oportunidade para que a escola formal conscientize seus alunos acerca da importância da utilização de buscadores com estratégias claras de pesquisa e tendo em mente que nem todas as informações disponíveis na web 2.0 e recuperadas pelos buscadores merecem crédito.

Outro desafio para a escola como instituição é preparar seu corpo docente e discente para o aprendizado de recursos informacionais em bases de dados confiáveis, bem como a caracterização das fontes de informação institucionais e individuais, esclarecendo a diferença entre notícias em um jornal diário online editado por instituição tradicional e notícias em blogs pessoais.

*O NCM produz pesquisas e relatórios internacionais sobre as tecnologias emergentes e seu impacto potencial sobre os processos de ensino-aprendizagem na educação básica dos jovens. Da edição de 2014, participaram 54 especialistas de vários países.

Também merece destaque a descoberta de que **os jovens pesquisados consideram que a internet ajuda a aproximar professores e alunos** (além de aproximar os próprios alunos entre si), atuando como **catalisadora das redes sociais presenciais**. Outro achado importante diz respeito à importância da internet para capacitar os jovens para o mercado de trabalho, onde o percentual de concordância entre os Exploradores Intermediários foi de 81% e, entre os Exploradores Avançados, de 90%.

A expansão da oferta de cursos à distância é de capital importância num País de dimensões continentais e fortes assimetrias regionais, como é o caso do Brasil. Instituições de ensino, sociedade civil e governos devem se cotizar para conscientizar os jovens, principalmente os Exploradores Iniciantes, da importância da educação formal e da especialização na formação do capital social jovem do País.

Outro achado importante relaciona-se com o impacto das escolas pública e privada na categorização dos perfis de navegação. Os resultados apontam que **3% dos jovens matriculados em escolas públicas foram considerados Exploradores Avançados, ao passo que para os da escola particular esse índice ascendeu para 10%**. Por outro lado, enquanto 62% dos jovens alunos da escola pública foram categorizados como Exploradores Iniciantes, para os das escolas particulares, este indicador foi 51%.

Outras contradições emergem dos cruzamentos dos resultados da pesquisa quantitativa quando cruzados às falas da pesquisa qualitativa. A primeira diz respeito à percepção equivocada que os jovens conectados brasileiros demonstram acerca da importância da escola e da educação formal como transformadoras de seus futuros.

Os jovens das classes C e D, em seus discursos, referem-se à escola como um lugar de encontro, de lazer, com baixos traços de construção da cidadania e sem potencial transformador de seus futuros. Por outro lado, eles se conectam de casa para fazer pesquisas escolares e visitar conteúdos postados pelos professores. Nas respostas dos jovens das classes A e B, a percepção da importância da escola na formação do capital humano é mais presente. O mesmo acontece com noções de ética e cidadania.

Entendemos que **a escola – tanto pública quanto privada –**, em todas as suas dimensões (mas com prioridade para o ensino fundamental e o ensino médio), **precisa se transformar num totem centralizador do aprender e ensinar na sociedade em rede imersa na emergente era da Internet das Coisas**, possibilitando novos papéis para seus atores institucionais – corpo diretivo e docente – para que seus alunos se transformem em sujeitos ativos e construtores do futuro de todos.

Cumpramos ressaltar a iniciativa de **países como Finlândia, Coreia do Sul e Inglaterra** (os dois primeiros entre os primeiros ranqueados no PISA – Programa Internacional de Avaliação de Alunos, da OCDE) de **inserir disciplinas de programação nos currículos das escolas do ensino fundamental**. Esses países entendem que, no contemporâneo conectado e no futuro próximo, com grande parte dos equipamentos da vida cotidiana como geladeiras, televisores entre outros conectados – o que atualmente se denomina a Internet das Coisas – é importante que a população saiba conceitos básicos de programação para melhor personalizar e controlar estes equipamentos.

Também de fundamental importância seria a reformulação dos currículos das faculdades de Pedagogia brasileiras – locus privilegiado onde a formação inicial dos docentes acontece – para **contemplar a inserção de disciplinas para uso criativo das tecnologias de informação e comunicação e das redes sociais em sala de aula**. Em recente levantamento dos currículos das principais faculdades de educação e pedagogia brasileiras, não se nota presença significativa destas disciplinas.

COMPORTAMENTO E A #JUVENTUDECONECTADA

A juventude conectada brasileira não é homogênea e nem tampouco consensual. Pelo contrário, ela se revela intensamente matizada por uma série de fenômenos e de mediações decorrentes das mais diversas formas de pertencimento social, cultural e econômico no contexto das diferentes regionalidades e urbanidades do País.

Ela é também sempre surpreendente: revela respostas, comportamentos e atitudes inesperadas, mesmo onde se esperava encontrar concordâncias óbvias e afirmações previsíveis. Tal ordem de coisas impõe e exige constantes e renovados esforços a pesquisadores, cientistas sociais, professores, pais, responsáveis e a todos aqueles que buscam conhecer o jovem na amplitude e na totalidade dos seus sonhos, projetos, desejos, afetos e esperanças.

Novas práticas juvenis – que muitas vezes são reflexo da naturalização acrítica de novos discursos e experimentações sociais no universo digital – nem sempre representam sinônimos de evolução positiva dos hábitos, comportamentos e sociabilidades. Os inquestionáveis benefícios da conexão digital, que merecem ser valorizados, aprimorados e incentivados, não excluem, contudo, um lado reverso. **Exageros, vícios, com-**

portamentos de risco em relação à segurança e à saúde psicossomática, além da ausência de limites éticos e morais precisam ser constantemente descobertos, apontados e postos às claras, para a discussão e tomada de consciência.

Nesse contexto, também a excessiva dependência das redes sociais e dos buscadores da internet como fontes preferenciais de informação para o jovem internauta brasileiro devem se constituir em motivo de forte preocupação para pais, professores e responsáveis, bem como para toda a sociedade. **A construção de cidadãos críticos, autônomos, protagonistas e éticos não pode prescindir da intensa e construtiva mediação da escola, da família e de todas as demais instâncias de socialização das crianças e dos jovens.**

A sociabilidade circunscrita às redes sociais digitais tende a fortalecer e fazer aflorar as afinidades e semelhanças, mais do que propiciar a convivência criativa e interativa com a diferença. Tal ordem de fenômenos tende a empobrecer a construção da visão crítica e dialógica com a rica diversidade do mundo. Nesse sentido o poder de escolher quem entra ou não para as minhas redes sociais, acaba por facilitar uma circularidade, que reafirma valores e sentidos – afastando as oportunidades do debate, do confronto de ideias e, conseqüentemente, do potencial de construção de novos consensos sociais e da tolerância.



É, portanto, imprescindível traçar políticas e estratégias educativas, formativas, socializantes e profissionais para as novas gerações que venham a incorporar as ferramentas digitais da web 2.0 de forma crítica e criativa, colaborando, assim, para a educação dos jovens para o uso, consumo e apropriação das novas mídias.

PERFIS DE NAVEGAÇÃO DA #JUVENTUDECONECTADA

Importante destacar alguns achados relativos aos diferentes perfis de navegação dos jovens conectados brasileiros. **A maioria (62%) revelou-se de Exploradores Iniciantes – o que, de acordo com nossos critérios, indica que eles estão conectados regularmente, mas se utilizam de poucos recursos da web 2.0** tais como: redes sociais, mensagens instantâneas e e-mails. Agregando-se ao uso os filtros das mediações e dos eixos temáticos os resultados indicam que:

62% dos jovens conectados



OS EXPLORADORES INICIANTES SÃO, EM SUA MAIORIA:

- ✓ meninas das regiões Sudeste, Sul e Nordeste
- ✓ representantes das classes C e D
- ✓ têm ensino fundamental e médio
- ✓ vêm da escola pública
- ✓ muitos só trabalham
- ✓ há um expressivo percentual de “nem-nem” (jovens que nem estudam nem trabalham)
- ✓ acessam a Web 2.0 através de desktops em acesso local pago

33% dos jovens conectados



OS EXPLORADORES INICIANTES SÃO, EM SUA MAIORIA:

- ✓ meninos das regiões Sudeste e Centro-Oeste
- ✓ cursam ensino superior
- ✓ estudam e trabalham
- ✓ vêm da escola pública
- ✓ o maior acesso à web 2.0 se dá em casa, com tablets

5% dos jovens conectados



OS EXPLORADORES AVANÇADOS SÃO, EM SUA MAIORIA:

- ✔ meninos das capitais da região Sudeste
- ✔ têm até 19 anos
- ✔ representantes da classe A
- ✔ cursam ensino superior
- ✔ estudam e trabalham como estagiários ou trainees
- ✔ vêm de escolas particulares
- ✔ o maior acesso à Web 2.0 se dá em casa, com notebooks

O perfil de navegação dos jovens conectados brasileiros revela uma **expressiva massa de exploradores iniciantes e intermediários, que usam a internet principalmente para atividades de comunicação e lazer**, que vivem conectados de forma contínua. **A internet é, para eles, parte integrante e constituinte de suas vidas e de suas identidades.**

Contudo, independentemente dos diferentes repertórios de uso das ferramentas e das possibilidades da internet pelos jovens internautas brasileiros, bem como das diversificadas categorias de mediações analisadas em cada um dos eixos da pesquisa, um fenômeno de larga relevância percorre todo o trajeto da pesquisa: a centralidade dos celulares.

Para além de dispositivo propiciador, por excelência, da convergência das mídias, o celular revela-se, também, um **potente instrumento de democratização do acesso à internet em todo o País, levando à gradativa superação da exclusão digital tanto nas áreas geográficas mais remotas e deficientes em infraestrutura de comunicação e de telecomunicações, quanto daquelas prevalentes entre as diferentes classes socioeconômicas.**

Ainda que as dificuldades e barreiras técnicas, econômicas e financeiras permeiem fortemente as relações de uso, consumo e apropriações dos celulares conectados à internet no Brasil, não se pode negar a sua extrema relevância no contexto e no cotidiano da juventude brasileira. O celular revela-se o dispositivo preferencial de conexão à internet pelo jovem internauta de todo o País e **ganha contornos ainda mais relevantes nas regiões onde, de maneira geral, prevalecem os maiores impedimentos operacionais às telecomunicações e ao acesso à rede mundial de computadores, de maneira especial, como no Norte brasileiro, onde atinge a marca de 90%**. Em todo o Brasil, a conexão à internet via celulares adquire forte e significativa penetração, mesmo para as classes sociais menos privilegiadas: 69% para a classe C e 54% para a D.

Assim, políticas de melhoria permanente de acesso à internet via celulares no Brasil são altamente recomendadas, na medida em que se constituem em potentes e relevantes instrumentos da integração social e da superação da exclusão digital não apenas dos jovens, mas também de seus familiares, amigos, professores, empregadores e, eventualmente, de futuros clientes de seus empreendimentos.



AS MÚLTIPLAS JUVENTUDES CONECTADAS

Por Ana Lúcia Lima, Diretora Executiva do Instituto Paulo Montenegro

A partir de uma cobertura nacional abrangente, com representatividade para cada uma das regiões do País e de abordagens metodológicas inovadoras e complementares – discussões em grupo, presenciais e via chat, monitoramento clique a clique da navegação por meio de dispositivo eletrônico, pesquisa quantitativa com questionários estruturados e as conversas individuais com especialistas – o estudo *Juventude Conectada* permitiu agregar um conhecimento significativo sobre a relação do jovem brasileiro com as tecnologias de informação e comunicação. Um conhecimento com o qual se espera contribuir para compreender cada vez melhor os hábitos, as atitudes e o comportamento dos jovens e suas redes de interação, que parecem configurar-se como ponto de partida para potenciais mudanças de uma série de paradigmas.

Estas oportunidades ainda não se consolidam por completo... Com efeito, quando avaliados os usos que os jovens conectados fazem do amplo leque de atividades possibilitadas pela internet, identificam-se três distintos graus de intensidade:



✔ a maior parte dos jovens conectados (62%) limita-se ainda a um uso focado em atividades de comunicação interpessoal e entretenimento, tais como o uso das redes sociais e o download de conteúdos (música, vídeos etc.). Neste grupo, formado predominantemente por jovens das classes C e D que cursam ou cursaram o ensino fundamental ou médio em escolas públicas, estão os jovens com maiores limitações de acesso e que ainda utilizam, em maior proporção que os demais, locais públicos ou lanhouses para acessar a internet;

✔ um segundo grupo, equivalente a 33% dos jovens conectados, já demonstra um repertório mais amplo que inclui, além dos itens mencionados acima, o acesso a mensagens instantâneas e a sites de notícias, a pesquisa de preços e o hábito de assistir filmes e séries por meio da internet. Neste grupo, que inclui aqueles com acesso a equipamentos próprios e a tecnologias mais modernas, estão proporcionalmente mais presentes os jovens da classe B, que trabalham e estudam. Provenientes das escolas públicas, estes jovens chegaram ao ensino superior e residem nos principais centros urbanos do País.

✔ É ainda restrita a 5% a proporção de jovens que faz uso realmente intenso das possibilidades oferecidas pela internet, realizando pesquisas para fins educacionais ou fazendo cursos à distância, acompanhando blogs e fóruns com temas de seu interesse, por vezes criando e postando conteúdos digitais e agregando atividades, tais como o uso de serviços de localização, internet banking e compras online. Inclui majoritariamente jovens do segmento das classes socioeconômicas A e B, com maior incidência entre aqueles que tem até 19 anos, cursam ou cursaram a educação básica na rede particular e hoje estão no ensino superior.

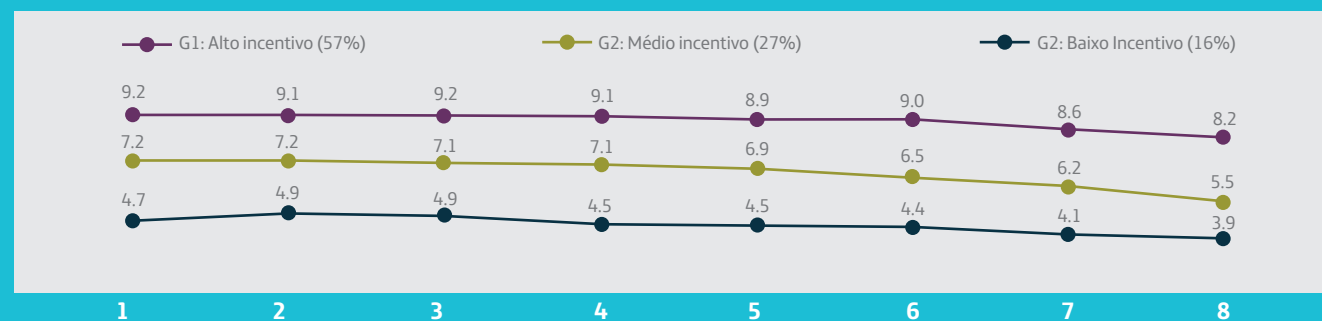
Estes perfis, baseados em medidas mais usuais de acesso e uso, não revelam, no entanto, a contribuição das novas possibilidades de interconexão para a construção das relações pessoais e sociais destes jovens e para o desenvolvimento de suas individualidades.

Ao focar o estudo sobre dimensões específicas desta interconectividade – em especial com relação ao papel que o acesso às tecnologias de comunicação e informação exercem nas atividades relacionadas ao Empreendedorismo, ao Ativismo e à Educação – o estudo revela, de fato, um prisma multifacetado, no qual se intercalam planos e vértices a um tempo homogêneos e desiguais, determinados por fatores bem menos evidentes do que as variáveis sociodemográficas usualmente consideradas.

Visões, atitudes e expectativas, entre outros fatores, constituem um conjunto de influências que encontra, no espaço da interatividade, novas formas de expressão e de relacionamento que definem não uma, e sim muitas Juventudes Conectadas. Uma síntese destes diferentes perfis pode ser visualizada nos gráficos abaixo*:

Uma primeira distinção entre esses perfis aparece na dimensão Empreendedorismo, levando a caracterizar três perfis claramente definidos. O primeiro, majoritário em termos proporcionais, com 57% dos jovens entrevistados, agrupa aqueles que reconhecem na internet alto potencial de contribuição para atividades empreendedoras. Um segundo grupo, que corresponde a 27% dos jovens entrevistados, tem uma visão moderada sobre essas contribuições enquanto uma menor parte dos jovens (16%) ainda não as reconhece ou não se sente estimulada pelas contribuições que a internet possa trazer a iniciativas empreendedoras.

EMPREENDEDORISMO

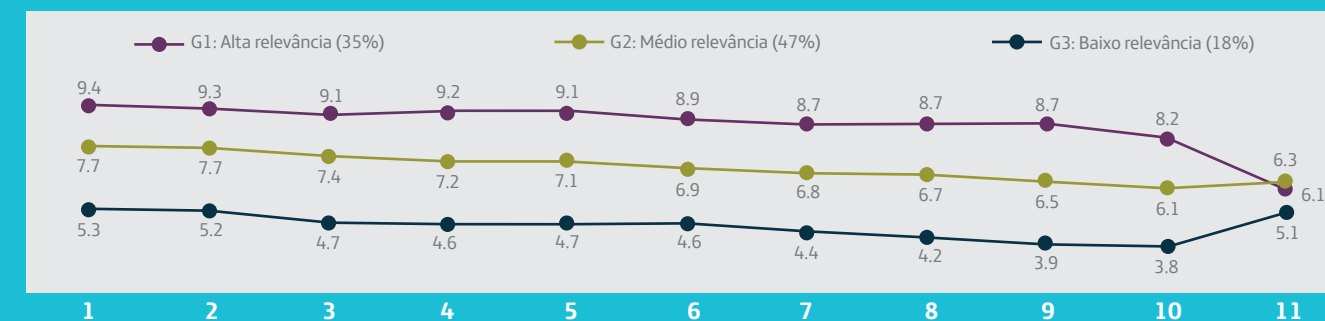


1. A internet pode acelerar o desenvolvimento de projetos
2. A internet estimula a inovação/ geração de ideias e novas soluções
3. A Internet ajuda no desenvolvimento da carreira profissional
4. É possível ganhar dinheiro trabalhando com as ferramentas da internet
5. A internet possibilita a criação de novos serviços/ produtos/ projetos que não seriam possíveis de outra maneira
6. A internet é um ambiente que contribui para o espírito empreendedor
7. A internet permite levantar dinheiro/ financiamento para a realização de projetos/ novos negócios/ startups
8. Penso em usar a Internet para desenvolver meu próprio modelo de empreendimento

A dimensão Ativismo, um campo ainda muito recente de atuação para boa parte da juventude brasileira, permitiu identificar a relevância do papel da internet na configuração de subgrupos de jovens, com maior ou menor disposição a este tipo de participação social, a poucos meses das manifestações de junho de 2013.

Enquanto a maior parte (47%) dos jovens conectados mantém uma avaliação intermediária com relação ao papel da internet como fator de estímulo à participação social, mais de um em cada três jovens conectados (35%) manifesta um alto grau de concordância com afirmações que atribuem alta relevância às conexões proporcionadas pela internet como estímulo a tal engajamento. Apenas uma parcela minoritária, de 18%, se mostra menos positiva em relação ao papel da internet neste campo.

ATIVISMO

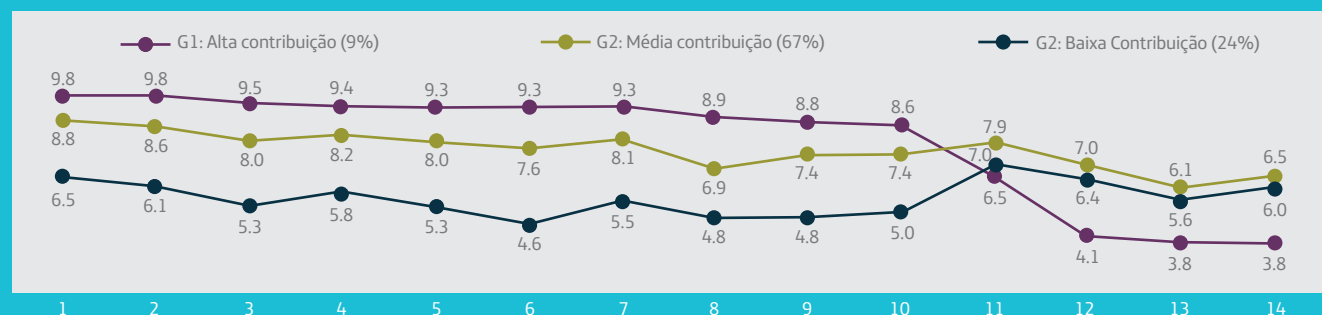


1. internet aumenta a participação em manifestações/Movimentos sociais ou políticas
2. Antes aceitar um convite na internet para uma manifestação verifico se a fonte é confiável
3. A internet colabora com o aumento da visão crítica
4. Produzir e compartilhar nas redes sociais vídeos, fotos e textos sobre problemas sociais e ambiental é uma forma protesto muito eficaz
5. A participação em mobilizações sociais colabora para a consciência política
6. internet permite a melhor organização das pessoas para resolver problemas da sociedade
7. A internet é a melhor ferramenta para manifestar minha opinião
8. Procuo aprender sobre causas sociais, ambientais e políticas pela internet
9. A internet facilita o meu envolvimento em ações solidárias/doações dinheiro, tempo, trabalhos e outros recursos para causas sociais
10. Antes comprar algo, pesquisa na internet se a empresa tem responsabilidade socioambiental
11. Não aprovo/curto quem participa movimentações sociais e políticas apenas pela internet, é preciso participar presencialmente

*Para os respondentes a um conjunto de frases atitudinais testadas em cada uma das dimensões, posteriormente padronizadas para a base 100 e agrupados em função da pontuação obtida por cada respondente (Grupo 1: 0 a 50 pontos, Grupo 2: 51 a 75 pontos e Grupo 3: 76 a 100 pontos) o cálculo dos dados apresentados nos quatro gráficos acima foram feitos a partir da aplicação de pesos as notas atribuídas pelos

Por fim, com relação ao papel que a internet exerce no campo da Educação, ainda é reduzido (apenas 9%) o percentual de jovens conectados que manifestam aproveitar amplamente o potencial da internet para sua formação e desenvolvimento pessoal e profissional. A grande maioria (67%) reconhece apenas parcialmente as contribuições que esta pode trazer, enquanto para 24% dos jovens conectados, o reconhecimento de tais contribuições é ainda menor, como mostram as notas médias dadas às várias afirmações ilustradas no gráfico abaixo.

EDUCAÇÃO



1. É mais fácil fazer trabalhos escolares consultando a internet
2. A internet permite o preparo e a autoavaliação para provas e testes
3. Aprendi coisas úteis a vida/trabalho na internet que eu não aprenderia na escola
4. Internet e outras tecnologias melhoram a troca de conhecimento entre alunos
5. Bom professor sabe usar internet e tecnologia para ajudar no aprendizado dos alunos
6. Fico mais motivado a estudar com o uso de internet
7. internet possibilita o acesso ao aprendizado no meu ritmo, local e horário mais adequado às minhas necessidades
8. Utilizando a internet ampliei meus conhecimentos da língua inglesa
9. O uso de internet melhora o relacionamento entre alunos e professores
10. Com a internet o professor passará a ser mais um orientador de estudos
11. Aprendo mais com uma aula presencial do que com uma aula online
12. Em muitos casos a internet atrapalha a aprendizagem, pois as redes sociais e os games distraem o aluno reduzindo seu tempo de estudo
13. Não saber inglês pode impedir o melhor uso da internet
14. Na internet tem muita informação, o que dificulta seleção do melhor conteúdo



Como visto, o estudo *Juventude Conectada* traz um conjunto de indicações que permitem aprofundar o conhecimento sobre a relação da juventude brasileira com as tecnologias e as possibilidades geradas por suas múltiplas e instantâneas conexões. Convida ainda a refletir sobre como estas potencialidades influenciarão uma geração que, ao longo das próximas décadas, irá determinar o modelo de desenvolvimento econômico e social para o País e participará dos processos que levarão à sua realização, conduzindo as diferentes formas de núcleo familiar, definindo os novos padrões de consumo, fazendo valer suas preferências políticas, produzindo cultura e ciência.

As oportunidades de desenvolvimento pessoal, social e profissional possibilitadas pela interconectividade em rede oferecem aos jovens brasileiros de diferentes níveis de renda e das mais variadas realidades geográficas o acesso a conteúdos e interlocutores antes restritos a poucos.

Cabe à sociedade como um todo, às lideranças acadêmicas e empresariais, bem como aos responsáveis pelo desenvolvimento e implementação de políticas públicas potencializar o fortalecimento dos espaços que possam contribuir para a realização plena destas potencialidades.



REFERÊNCIAS



- AAKER, David; KUMMAR, V.; DAY, George S. **Pesquisa de marketing**. São Paulo: Atlas, 2001.
- ALVES, Murilo Rodrigues. Avança empreendedorismo no Brasil. **O Estado de São Paulo**, 14 jun. 2014. Disponível em: <http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,avancaempreendedorismo-no-brasil,177427e>. Acesso em: 14 jun. 2014.
- AMORÓS, José Ernesto; BOSMA, Niels. GEM - **Global Entrepreneurship Monitor 2013 Global Report**. Babson: USA, 2014.
- ANGELUCI, Alan César Belo; GALPERIN, Hernan. O consumo de conteúdo digital em lan houses por adolescentes de classes emergentes no Brasil, **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, v. 17, p. 246-257, 2012.
- ATZORIA, L.; LERA, A.; MORABITO, G. The internet of things: **a survey**, **Computer Networks** 54, p. 2.787–2.805, 2010.
- ATZORIA, Luigi; LERA, Antonio; MORABITO, Giacomo; NITTI, Michele. The Social Internet of Things (SIoT) – When social networks meet the Internet of Things: Concept, architecture and network characterization, **Computer Networks**, 56, p. 3.594–3.608, 2012.
- BALMANT, Ocimara. Cresce exposição dos jovens na Internet. **O Estado de São Paulo**, Caderno Vida, A27, 2 dez. 2012.
- BECKER, Howard. **Métodos de pesquisa em Ciências Sociais**. São Paulo: Hucitec, 1993.
- BOX 1824. **O sonho brasileiro: um estudo sobre o Brasil e o futuro, a partir da perspectiva do jovem de 18 a 24 anos**. Disponível em: <http://pesquisa.osenhobrasileiro.com.br/index2.php?id=148>. Acesso em: 17 out. 2013.
- BRAGA, Adriana. **Usos e consumo de meios digitais entre participantes de weblogs**: uma proposta metodológica. XXI Encontro da COMPÓS, Curitiba, PR, jun. 2007.
- BRASIL (Governo). Presidência da República. Secretaria da Comunicação Social. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2014**: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, fev. 2014.
- BRESCIANI, Eduardo. Marco Civil exigirá data centers locais, **O Estado de São Paulo**, Link, p. B14, 6 nov. 2013.
- BRINGUÉ, Xavier; SÁBADA, Charo; TOLSÁ, Jorge. **La Generación Interactiva en Iberoamérica 2010**: niños y adolescentes ante las pantallas. Madrid: Fundación Telefónica, 2011. (Colección Geraciones Interactivas - Fundación Telefónica).
- BUSCATO, Marcela; MAURO, Filipe. O novo ativista digital. **Revista Época**, n.º 789, p.48-64, de 8 jul. 2013.
- CALDERARI, Juliana. Bota o fone, por favor. **Folha de São Paulo**, Caderno Folhateen, 9, fev. 2009.
- CALMON, Lilian. Radiografia das favelas brasileiras. **Mundo Marketing**. Disponível em: <http://www.mundodomarketing.com.br/reportagens/pesquisa/29195/radiografia-das-favelas-brasileiras.html> Acesso em: 11 de nov. de 2013.

- CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança**: movimentos sociais na era da internet; tradução de Carlos Alberto Medeiros, 1 ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
- CASTELLS, Manuel. Entrevista concedida a Paulo Hebmüller. Comunico, logo existo, **Jornal da USP**, de 24 a 30 de jun. de 2013, p.12.
- CASTRO, Gisela G.S. Screenagers: entretenimento, comunicação e consumo. In: BARBOSA, Livia (org.). **Juventudes e gerações no Brasil contemporâneo**. p.61-77. Porto Alegre: Sulina, 2012.
- CELI, Maria. Juventude, Igualdade e Protestos, **Revista Brasileira de Sociologia**, vol.1, n. 2, 2014.
- CHADE, Jamil. Ensino freia adaptação ao mundo digital. **O Estado de São Paulo**, p. A22, 1 abr. 2013.
- CIRUELA, S.; DELGADO, M.; MARÍN, N. Comunicándonos con las cosas. Ciencia Cognitiva: **Revista Electrónica de Divulgación**, 3, 3, p. 68-71, 2009.
- CISCO INTERNET BUSINESS SOLUTIONS GROUP. **What customers want from Wi-Fi (Brazil)**. Insights from CISCO IBSG Customer Research. Ago. 2012. Disponível em: www.cisco.com/web/about/ac79/docs/sp/Wi-Fi_CustomerResearch_Brazil.pdf. Acesso em: 1 set. 2013.
- COGO, Denise Maria; LOPES, Daniel Barsi. Juventude e cidadania: uso das mídias digitais na ONG Aldeia, em Fortaleza. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, ano 10, v.27, p.13-33, mar. 2013.
- COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL (CGI.br). **Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nas escolas brasileiras TIC Educação 2012**. Brasília: CGI.br, 2013.
- COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL (CGI.br). **Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação no Brasil**. TIC Domicílios 2012. Brasília: CGI.br, 2013.
- DEZZUANNI, Michael; MONROY-HERNANDEZ, Andres. "Prosuming" across Cultures: youth creating and discussing digital media across borders. **Comunicar**, p. 59-66, mar. 2012.
- DOURADO, Flávia. **A centralidade da tecnologia no mundo contemporâneo**. Disponível em: www.iea.usp.br/noticias/a-centralidade-da-tecnologia-no-mundo-contemporaneo. Acesso em: 22 out. 2013.
- DRSKA, Moacir. Redes sociais podem gerar cerca de U\$ 17 bilhões. **Valor Econômico**, p. B2, 26 jul. 2012.
- ERENSOY, Sirin. **Together but alone: human isolation in the digital era**. Visualist 2012: International Congress on Visual Culture New Approaches in Communication, Art and Design Digitalization, p.145-148, 2012.
- ESCOBAR, Herton. Usar celular ou tablete à noite pode prejudicar o sono. **O Estado de São Paulo**, Metrópole, A24, 23 mai. 2013.



FEDOCE, Rosângela Spagnol; SQUIRRA, Sebastião Carlos. A tecnologia móvel e os potenciais da comunicação na educação. **LOGO 35**, vol. 18, n.º 02, p. 267-278, 2º semestre de 2011.

FELIX, Vinicius. A nova chance do Myspace. **O Estado de São Paulo**, Caderno Link, p. L7, 1 de out. de 2012,

FOXMAN, A.; WOLF, C. **Viral hate**: containing its spread on the internet. New York: Palgrave Macmillan, 2013.

FUNDAÇÃO INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo Demográfico 2010**: aglomerados subnormais – informações territoriais. Rio de Janeiro: IBGE, 2013.

FUNDACIÓN TELEFÓNICA. **Smart Cities**: un primer paso hacia la internet de las cosas. Madrid: Fundación Telefónica/ Ariel, 2011.

GAMAGE, P.; HALPIN, E. E-Sri Lanka: bridging the digital divide, **The Electronic Library**, 25, 6, 2007.

GERAÇÃO Y. 52% dos profissionais não concluíram o ensino médio e 9% dominam outra língua. **O Estado de São Paulo**, Empregos, p.4, 14 de julho de 2013.

GREGORY, Helen. **Youth take the lead**: digital poetry and the next generation, *English in Education*, v. 47, p.118-143, 2013.

GUEDES, Denize. 59% dos jovens dirigem teclando celular. **O Estado de São Paulo**, C1, 8 jun. 2012.

GUZZI, Drica. **Web e participação** – a democracia no século XXI. São Paulo: Editora Senac, 2011.

HÁ ESPAÇO para ampliar a concorrência na telefonia. **Valor Econômico**, p. A18, 9, 10 e 11 nov. 2012.

HERLINGER, Max; PERDIGÃO, Dulce; WHITE, Oriana (Orgs.). **Teoria e prática da pesquisa aplicada**. São Paulo: Campus/Elsevier, 2012.

HESSEL, Camila. No meio do redemundo, **O Estado de São Paulo**, Caderno Aliás, E 10, 7 jul. 2013.

INSTITUTO DATA FAVELA. **Mapa do consumo dos moradores de favelas no Brasil**. São Paulo: Instituto Data Favela, 2013.

INSTITUTO DATA FAVELA. **Radiografia das favelas brasileiras**. São Paulo: Instituto Data Favela, 2013.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA – IPEA. **Sistema de Indicadores de Percepção Social (SIPS)** – Serviços de Telecomunicações. Brasília: IPEA, março de 2014.

JOHNSON, L.; ADAMS BECKER, S.; ESTRADA, V.; FREEMAN, A. **NMC Horizon Report: 2014 K-12 Edition**. Austin, Texas: New Media Consortium, 2014.

JOHNSON, L.; SMITH, R.; WILLIS, H.; LEVINE, A.; HAYWOOD, K. **The 2011 Horizon Report**. Austin, Texas: The New Media Consortium, 2011.

JUNQUEIRA, Antonio Hélio. **Literacias digitais no ensino-aprendizagem de professores**: uma abordagem netnográfica dos cursistas do programa Redefor-USP. Tese (Doutorado). 774 f. Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação – Escola de Comunicações e Artes (ECA), Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, 2014.

KANTER, Rosabeth Moss; LITOW, Stanley S. **Informed and Interconnected**: A Manifesto for Smarter Cities. Harvard Business School, 2009.

KIKOOMA, Julius. Does entrepreneurship make sense for African youths? Young people's beliefs and perceptions about entrepreneurship in Uganda. **International Journal of Psychology**, V. 47 Special Issue: SI Supplement: 1, p. 505, 2012.

KUBOTA, L. C.; SOUSA, R. A. F.; CORTEZ, I. S. Download de músicas e filmes no Brasil: um perfil dos piratas online. **Radar**: Tecnologia, Produção e Comércio Exterior, n. 17. Brasília: Ipea, dez. 2011. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/radar/111220_radar172.pdf>. Acesso em: 23 abr. 2011.

LATOUR, Bruno. **Reassembling the social**: an introduction to actor-network theory. New York, Oxford University Press, 2005.

LE MOS, André. **Anjos interativos e retribalização do mundo**: sobre interatividade e interfaces digitais, 1997. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/interativo.pdf>>. Acesso em: 13 jan. 2012.

LE MOS, André; JOSGRILBERG, Fábio (Orgs.). **Comunicação e mobilidade**: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil. Salvador: EDUFBA, 2009.

LE MOS, André; PASTOR, Leonardo; OLIVEIRA, Nestor. **Wi-Fi Salvador**: mapeamento colaborativo e redes sem fio no Brasil, *Intercom – BRCC*, São Paulo, v.35, n.1, p. 183-204, jan./jun. 2012.

LLISTERRI, J.; H. KANTIS, P. ANGELELLI; TEJERINA, L. **Youth Entrepreneurship in Latin America, Inter-American Development Bank Forthcoming**. Background paper for the WDR 2007, 2006.

LIVINGSTONE, Sonia. Internet literacy: a negociação dos jovens com as novas oportunidades online. **MATRIZES**, São Paulo, ECA-USP, ano 4, n.2, p.11-42, 2011.

LUZZARDI, C.P. **O auxílio de uma incubadora empresarial no desenvolvimento de capacidades e competências das empresas incubadas**: o estudo de caso da Raiar. 2005. 105 p. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Administração, Contabilidade e Economia da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2005.

MACHADO, Mônica. **Consumo e politização**: discursos publicitários e novas formas de engajamento juvenil. Rio de Janeiro: Editora Mauad X, 2011.

MARANHÃO, Ana Carolina Kalume. Perspectivas de desenvolvimento e participação cidadã na era da cultura digital. **MATRIZES**, São Paulo, ano 7, n.º 1, jan./jun.2013, p. 291-295.



MARTÍN-BARBERO, Jesús. As novas sensibilidades: entre urbanias e cidadanias, **MATRIZES**, São Paulo, n.2, p. 207-215, abril de 2008.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Novas visibilidades políticas da cidade e visualidades narrativas da violência. **MATRIZES**, São Paulo, n.1, p. 27-39, out. 2007.

MATOS, Mariano Macedo et al. **GEM - Global Entrepreneurship Monitor - Empreendedorismo no Brasil: 2013**. Curitiba: IBQP, 2013.

NERI, Marcelo. **Juventude que conta**. Brasília: IPEA, 2014. (Publicações do Seminário "Juventude e Risco: perdas e ganhos na crista da população jovem").

NICOLAI-DA-COSTA, Ana Maria. Impactos psicológicos do uso de celulares: uma pesquisa exploratória com jovens brasileiros. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, v. 20, n.2, p.165-174, mai. /ago., 2004.

O ESTADO DE SÃO PAULO. Caderno Estadão PME – Pequenas e Médias Empresas, **A escolha jovem**: o desejo de ter o próprio negócio seduz a atual geração que já não quer mais construir uma carreira convencional em grandes empresas, 26 jun. 2013. 10 p.

OLIVEIRA, J.M.; FIGUEIREDO, C.O. Análise dos determinantes da demanda por conexões de banda larga fixa no Brasil. **Radar: tecnologia, produção e comércio exterior**, n. 30, dez./2013.

ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT (OECD). **Guidelines for collecting and interpreting technological innovation**. Paris, 2005.

ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT (OECD). Understanding entrepreneurship: developing indicators for international comparisons and assessments. **Report on the OECD's Entrepreneurship Indicators Project and Action Plan**. 2006.

ORGANIZAÇÃO DOS ESTADOS AMERICANOS (OEA). Global Talent 2021. **How the new geography of talent will transform human resource strategies**. Oxford Economics. OEA

PAPP, Anna Carolina; AGUILLAR, Ligia. Financiamento coletivo é a nova forma de consumo, **O Estado de São Paulo**, Link, B8, 3 jun. 2013.

PASSARELLI, Brasilina; JUNQUEIRA, Antonio Hélio. **Gerações interativas no Brasil**: crianças e adolescentes diante das telas. São Paulo: Fundação Telefônica Brasil/Escola do Futuro (USP), 2012.

PASSARELLI, Brasilina; JUNQUEIRA, Antonio Helio; BOTELHO-FRANCISCO, Rodrigo Eduardo. Netnografia no Programa de inclusão digital ACESSA-SP. **Comunicação e Educação**, São Paulo, USP, v. XVII, p. 13-22, 2012.

PASSARELLI, Brasilina; JUNQUEIRA, Antonio Hélio; ANGELUCI, Alan. Os nativos digitais no Brasil e seus comportamentos diante das telas, São Paulo, **MATRIZES**, v. 8, n.1, p.159-178, São Paulo, ECA-USP, 2014.

PENTEADO, Claudia. Plataforma digital impulsiona leitura. **Jornal Propaganda & Marketing**, São Paulo, 10 de set. de 2012, p. 3.

PERALVA, Carla. SMS. **O Estado de São Paulo**, Link, n.º 1043, 31 de out. de 2011: L1

PRENSKY, Marc. **Don't bother me, Mom, I'm learning!** – How computer and video-games are preparing your kids for 21st century success and how you can help. Saint Paul, Minnesota: Paragon House, 2006.

RHEINGOLD, Howard. **Net Smart**: how to thrive online. Massachusetts, EUA: MIT Press, 2012;

RHEINGOLD, Howard. **Smart Mobs**: the next social revolution. New York: Basic Books, 2003.

RHEINGOLD, Howard. **The virtual community**: homesteading on the electronic frontier. Reading, MA: Addison-Wesley, 1993.

MATIAS, A. Como o online muda o offline. **O Estado de São Paulo**, Link, p.L2, 23 abr. 2012.

RONCOLATO, Murilo. Leis da internet serão decididas nesta semana. **O Estado de São Paulo**, Link, p. B12, 28 out. 2013.

ROSE, David. **Enchanted Objects**: Design, Human Desire and the Internet.

SAFATLE, Vladimir. Juventude perdeu o medo do capitalismo. **Outras Palavras**: Comunicação Compartilhada e Pós-Capitalismo. Disponível em: <<http://outraspalavras.net/posts/safatle-juventude-perdeu-o-medo-do-capitalismo/>>. Acesso em: 3 jul. 2013.

SILVA, Sandra Rúbia. Performance de masculinidade, práticas de subversão: o consumo de telefones celulares entre jovens de camadas populares. **Comunicação, Mídia e Consumo**. São Paulo, ESPM, ano 9, v.9, n.26, p.61-82, nov. 2012.

TAPSCOTT, Don. **Growing up digital**: how the net generation is changing the world. Nova York: McGraw-Hill, 2008.

TORRES, Haroldo da Gama; FRANÇA, Danilo; TEIXEIRA, Jacqueline; CAMELO, Rafael; FUSARO, Edgard. **O que pensam os jovens de baixa renda sobre a escola**. São Paulo: CEBRAP/ Fundação Victor Civita, jun. 2013 (Estudos e Pesquisas Educacionais).

TRUCANO, Michael. Alguns desafios para os formuladores de políticas educativas na era das TIC. In: COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL (CGI.br). **Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias da Informação e Comunicação na Educação nas Escolas Brasileiras – TIC Educação 2011**. p. 65-71. Brasília: CGI.br, 2012.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (UNCTAD). **Measuring the impacts of information and communication technology for development**. United Nations: UNCTAD, 2011 (Current Studies on Science, Technology and Innovation, 3).

YASUDA, Aurora; OLIVEIRA, Diva Maria Tamaro de. **Pesquisa de marketing**: guia para a prática de pesquisa de mercado. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

9

O QUESTIONÁRIO UTILIZADO

Dividido em cinco blocos: o primeiro determina o perfil do entrevistado e os outros quatro aprofundam as questões relativas a cada um dos quatro focos temáticos da pesquisa.



1. PERFIL DO ENTREVISTADO

F1. Praça em que reside

F2. Sexo: Masculino 1
Feminino 2

F3. Idade: _____ anos

F4. Dados de classificação econômica - novo critério Brasil 2008

Todos os itens eletroeletrônicos devem estar funcionando. Caso não estejam funcionando, serão considerados apenas se houver intenção de conserto nos próximos seis meses. No domicílio tem...	NÃO TEM	TEM (QUANTIDADE)			
		1	2	3	4 ou +
Televisor em cores?	0	1	2	3	4
Videocassete ou DVD?	0	2	2	2	2
Rádio? Considere todos os rádios da casa, incluindo os rádios de aparelhos de som, de walkman. Não considerar rádio de automóveis.	0	1	2	3	4
Banheiros, incluindo todos os banheiros do domicílio, inclusive o de empregada	0	4	5	6	7
Automóveis de passeio? Não considerar caminhões e veículos usados como táxi ou vans, kombis e caminhonetes utilizadas para uso profissional.	0	4	7	9	9
Empregada doméstica ou outros empregados da casa que trabalhem pelo menos 5 dias na semana.	0	3	4	4	4
Máquina de lavar roupa do tipo que executa todo o processo de lavagem, desde o molho até a centrifugação. Não considerar o tipo "tanquinho".	0	2	2	2	2
Geladeira simples ou do tipo "duplex".	0	4	4	4	4
Freezer independente ou aquele que faz parte da geladeira, do tipo "duplex".	0	2	2	2	2

F4a. Até que ano de escola o chefe de família cursou? Por favor, considere a última série (ou ano) concluída(o).

Analfabeto/ até 3ª Série Fundamental

4ª a 7ª Série Fundamental.

Fundamental completo/Médio incompleto

Médio completo / Superior incompleto

Superior completo

F5. Sabe ler e escrever um bilhete simples?

Sim

Não

F5a. Qual foi a última série que você completou com aprovação?

SABE LER/ESCREVER, MAS NÃO CURSOU ESCOLA

APÓS 1971

ATÉ 1971

PRIMÁRIO (1º GRAU) | FUNDAMENTAL

1a até 3a série

1a até 3a série

4a série

4a até 5a série

GINÁSIO (1º GRAU) | FUNDAMENTAL

5a até 7a série

1a até 3a série

8a série

4a série

COLEGIAL (2º GRAU) | MÉDIO

1a e 2a série

1a e 2a série

3a série | vestibular

3a série | vestibular

SUPERIOR

Superior incompleto

Superior completo

SE SUPERIOR COMPLETO:

F6. Há quanto tempo você concluiu o curso_____?

Até 2 anos Continue

Há mais de 2 anos Encerre

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

Desempregado/ procurando por emprego

SE ESTUDA E TRABALHA OU APENAS TRABALHA:

F7a. Pensando na sua ocupação, você me diria que:

Menor aprendiz

Estagiário/ Trainee

Funcionário de empresa privada

Funcionário de empresa pública

Empresário/ Microempresário

Trabalho ocasional /Bicos

Outros

SE É ESTUDANTE

F8. A escola/Faculdade onde você estuda é... ?

Pública

Particular

F8a. Você costuma utilizar a internet?

Sim Continue

Não Encerre

F9a. Quando foi a última vez que você utilizou a internet?

Até 2 meses Continue

Mais de 2 meses Encerre

F10. De qual desses equipamentos você costuma acessar a internet?



F11. E qual deles é o mais frequente?

Computador de mesa	1	1
Computador portátil (notebook, laptop, netbook)	2	2
Tablet	3	3
Celular	4	4
TV	5	5
Aparelho tocador de MP3 (Ipod)	6	6

F12. Você disse que o(a) _____(Resposta F11) é o meio mais frequente para o uso da internet. Em qual local você costuma utilizá-lo com mais frequência?

Em casa

Na escola

Em algum outro local de ensino (faculdade, curso etc.)

Na casa de outra pessoa (amigo, parente, vizinho etc.)

Local de acesso pago (lan-house, cafeteria, hotel, hotspot etc.)

Local de acesso gratuito - sem pagar (biblioteca externa à escola, centro comunitário, Correios etc.)

No trabalho

Outro local

F13. Para cada uma das atividades abaixo, responda qual é a frequência que você costuma realizá-las quando está conectado à internet. Pense em um período típico (normal), ou seja, não considere o período de férias.

	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 faz
	1	2	3	4	5
COMUNICAÇÃO					
Acessa ao menos uma de sua(s) conta(s) em redes sociais (Ex: Facebook, Orkut, Twitter, Linked In etc.)	1	2	3	4	5
Verifica seu e-mail	1	2	3	4	5
Conversa por mensagens instantâneas (WhatsApp, Skype, G-talk 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 etc)	1	2	3	4	5
Acompanha blogs (jogos, moda, decoração etc)	1	2	3	4	5
Utiliza serviços online (internet banking, e-gov etc.)	1	2	3	4	5
ATIVIDADES DE LAZER					
Assiste filmes, séries, programas de televisão, ouve música (Youtube, Vimeo, Netflix 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, Folha etc.)	1	2	3	4	5
Baixa e instala softwares/ programas de computador	1	2	3	4	5
Lê livros digitais (ebooks, 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

F13. Para cada uma das atividades abaixo, responda qual é a frequência que você costuma realizá-las quando está conectado à internet. Pense em um período típico (normal), ou seja, não considere o período de férias.

	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 faz
	1	2	3	4	5
ATIVIDADES DE TREINAMENTO E EDUCAÇÃO					
Procura ou pesquisa na web para a escola ou faculdade	1	2	3	4	5
Faz curso a distância, curso online	1	2	3	4	5
Pesquisa informações sobre cursos	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

* O entrevistado deve utilizar pelo menos 3 atividades com cod 1, 2 ou 3 de grupos de atividades diferentes.

2. EDUCAÇÃO E APRENDIZAGEM



Pensando sobre o uso de tecnologia na educação, que inclui a acesso nas escolas/Faculdades ou em casa, a consulta a textos, vídeos e áudio sobre os temas de estudo, a realização de testes de conhecimento online etc.

P1: Sobre o uso da Internet para os seus estudos, você diria que...
Quando a resposta for "não": P1a: Você conhece alguém próximo que...

	P1		P1a
	SIM	NÃO	Conhece alguém
1. Uso/ já usei na escola em atividades propostas em aula	1	2	1
2. Uso/ já usei na escola por iniciativa própria	1	2	1
3. Uso/ já usei em casa para trabalhos escolares por solicitação do professor	1	2	1
4. Uso/ já usei em casa para trabalhos escolares por iniciativa própria	1	2	1
5. Uso/ já usei na escola ou em casa para me aprofundar/saber mais sobre alguma matéria escolar por iniciativa própria.	1	2	1
6. Uso/ já usei na escola ou em casa para me preparar para provas (ENEM/ Vestibular/ Concurso Público, etc.) testando meus conhecimentos e desempenho	1	2	1

SOMENTE PARA ENTREVISTADOS QUE CURSARAM ATÉ O 2º ANO DO ENSINO MÉDIO:

P5: Uso/ usei a internet para me preparar/ capacitar para o mercado de trabalho?

Sim

Não

P6. Responda às frases abaixo utilizando uma escala de 0 a 10, onde 0 significa que você discorda totalmente e 10 significa que você concorda totalmente.

RODÍZIO RU POR FRASE

- 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 no meu ritmo, local e horário mais adequado às minhas necessidades
- Em muitos casos a Internet atrapalha a aprendizagem, pois as redes sociais e os games distraem o aluno reduzindo seu tempo de estudo
- Um bom professor é aquele que sabe utilizar a Internet e os recursos tecnológicos para ajudar no aprendizado dos alunos
- O uso de internet melhora o relacionamento entre alunos e professores
- O uso de internet e outras tecnologias de comunicação melhoram o relacionamento e a troca de conhecimento entre os alunos
- No futuro com a internet, o professor passará a ser mais um orientador de estudos
- Utilizando a internet ampliei meus conhecimentos da língua inglesa
- Na internet tem muita informação o que dificulta a seleção do melhor conteúdo
- A internet permite o preparo e a auto avaliação para provas e testes (ENEM, Concurso público, Vestibular)
- Não saber inglês pode impedir o melhor uso da internet

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

P7: Qual das seguintes fontes de informação você confia mais quando precisa realizar alguma das seguintes tarefas? Alguma outra?

	Pesquisa/Trabalhos escolares Estudo para disciplinas/Aprofundamento	Conhecimentos gerais/Curiosidades	Capacitação profissional	Dicas de uso Tutoriais para softwares (Excel, Photoshop, Word)	Cursos complementares Cursos de extensão Graduação Pós-graduação
Blogs	1	1	1	1	1
Ferramentas de busca (Google, Bing)	2	2	2	2	2
Fóruns	3	3	3	3	3
Portais (Uol, Terra)	4	4	4	4	4
Publicações (livros, jornais revistas)	5	5	5	5	5
Redes sociais	6	6	6	6	6
Sites especializados/focados em um determinado tema	7	7	7	7	7
Instituições de Ensino presencial	8	8	8	8	8
Instituições de Ensino a Distância	9	9	9	9	9
Nenhuma dessas fontes	10	10	10	10	10
Não faço este tipo de consulta	11	11	11	11	11



3. ATIVISMO

Pensando no uso da internet na organização, divulgação e participação nas diversas movimentações sociais, como por exemplo manifestações públicas, protestos, ações de voluntariado etc.

P8. Você já participou de algum dos seguintes tipos de mobilização social ou política?

	P8	
	SIM	NÃO
Greve	1	2
Manifestação pública/ Passeata/ Protesto	1	2
Abaixo assinado/Petições	1	2
Debate sobre temas de interesse público (em instituições de ensino/ partidos políticos/ grupos políticos/ organizações não governamentais)	1	2
Voluntariado	1	2
Doação financeira	1	2
Crowdfunding "Vaquinha Virtual"	1	2

PARA CADA RESPOSTA SIM, PERGUNTAR:

P9. Quando participou de _____ (Respostas da P8) foi...

Pela internet	1
Presencial	2
Por SMS/Celular(Mensagens)	3
Por Correio	4

P10. O que motivou você participar de _____ (Resposta da P8)? Alguma outra razão?

	Ideologia/Por ser algo que eu acredito	A participação de pessoas famosas (atores, cantores, jogadores etc.)	Recebi um convite pelas redes sociais	Vi falarem sobre este assunto na TV	Por causa dos meus amigos	Por causa dos meus familiares	Outras razões
Greve	1	2	3	4	5	6	9
Manifestação pública/ Passeata/ Protesto	1	2	3	4	5	6	9
Abaixo assinado/ petições	1	2	3	4	5	6	9
Debate sobre temas de interesse público	1	2	3	4	5	6	9
Voluntariado	1	2	3	4	5	6	9
Doação	1	2	3	4	5	6	9
Crowdfunding "Vaquinha Virtual"	1	2	3	4	5	6	9

PARA CADA TIPO DE MOBILIZAÇÃO QUE O ENTREVISTADO PARTICIPOU, PERGUNTAR:

P11. E que forma você participou da(o) _____ (Resposta da P8)?

Eu convidei/ criei um evento/ enviei mensagens para mobilizar as pessoas a participarem	1
Curti/ compartilhei/ retuíteei algo sobre a mobilização nas Redes Sociais	2
Repassei o convite que recebi de outras pessoas	3
Fiz comentários/ dei informações sobre a mobilização	4
Postei vídeos/ fotos que registrei sobre esta mobilização	5
Registrei a minha opinião em sites de protesto	6
Criei grupos/ sites/ eventos e enviei convites para mobilizar as pessoas	7
Fui para as ruas	8
Compartilhei dados pessoais para uma causa (RG, CPF etc.)	9

PARA QUEM RESPONDEU QUE PARTICIPOU DAS DIFERENTES MOBILIZAÇÕES PELA INTERNET:

P12. Qual ferramenta da Internet você utilizou nas mobilizações sociais ou políticas que participou? (Assinale todas as alternativas que se encaixarem)

Facebook	1
Orkut	2
Twitter	3
Email	4
Blogs/sites de notícias	5
Sites de protesto (Avaaz, Change, Petição pública)	6
Outros	7

SE RESPONDEU NÃO A ALGUM DOS ITENS DA P8, PERGUNTAR

P13: Você conhece alguém próximo que já participou de _____?

	P13	
	Conhece alguém	
	SIM	NÃO
Greve	1	2
Manifestação pública/ Passeata/ Protesto	1	2
Abaixo assinado/ petições	1	2
Debate sobre temas de interesse público (em instituições de ensino/ partidos políticos/ grupos políticos/ organizações não governamentais)	1	2
Voluntariado	1	2
Doação financeira	1	2
Crowdfunding "Vaquinha Virtual"	1	2

P14. Responda às frases abaixo utilizando uma escala de 0 a 10, onde 0 significa que você discorda totalmente e 10 significa que você concorda totalmente

- 1 A internet aumenta a participação das pessoas em manifestações/ movimentos sociais ou políticas
- 2 A internet é a melhor ferramenta para manifestar a minha opinião
- 3 Antes de aceitar um convite feito pela internet de uma manifestação eu verifico se a fonte é confiável
- 4 Procuo aprender sobre causas sociais, ambientais e políticas pela internet
- 5 Produzir e compartilhar nas redes sociais vídeos, fotos e textos sobre problemas sociais e ambientais é uma forma de protesto muito eficaz
- 6 A internet permite a melhor organização das pessoas para resolver problemas da sociedade
- 7 Não aprovo/curto quem participa de movimentações sociais e políticas apenas pela Internet, é preciso participar presencialmente
- 8 A internet colabora com o aumento da visão crítica
- 9 A internet facilita o meu envolvimento em ações solidárias/ doações de dinheiro, tempo, trabalhos e outros recursos para causas sociais
- 10 Antes de comprar algo, pesquiso na internet se a empresa tem responsabilidade socioambiental
- 11 A participação em mobilizações sociais colabora para a consciência política

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 99

Discorda Totalmente

Concorda Totalmente

Não se aplica



4. EMPREENDEDORISMO

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

P15 Se pudesse escolher, você preferia ser:

Um empregado/ funcionário de uma empresa

Ter um negócio próprio

Nenhum dos dois

P16. Qual a probabilidade de você abrir um negócio próprio nos próximos 5 anos?
P16b. E nos próximos 10 anos?

Muito provável

Provável

Pouco provável

Nada provável

Não sei

P17. Por favor, imagine que você herdou R\$50 mil reais. O que você faria com esse dinheiro?

Iniciaria um negócio (sozinho ou com um sócio)
Investiria nos estudos
Compraria uma casa/ Quitaria minha casa
Pouparia o dinheiro (poupança, investiria em ações etc.)
Gastaria em coisas que sempre quis ter (passeios, roupas, carro, artigos de luxo etc.)
Viajaria a lazer
Viajaria para estudar/ Fazer um intercâmbio
Não trabalharia/ Pararia de trabalhar
Nenhuma dessas opções
Não sabe

P17a. Entre essas opções qual você considera a mais importante?

Iniciaria um negócio (sozinho ou com um sócio)
Investiria nos estudos
Compraria uma casa/ Quitaria minha casa
Pouparia o dinheiro (poupança, investiria em ações etc.)
Gastaria em coisas que sempre quis ter (passeios, roupas, carro, artigos de luxo etc.)
Viajaria a lazer
Viajaria para estudar/ Fazer um intercâmbio
Não trabalharia/ Pararia de trabalhar
Nenhuma dessas opções
Não sabe

P18. Ao utilizar a internet, você sabe onde buscar apoio para...?

	Sim	Não
Criar/ Estruturar um negócio	1	2
Planejar/ Desenvolver uma ideia	1	2
Obter financiamento para projetos	1	2

RESPONDA ÀS FRASES ABAIXO UTILIZANDO UMA ESCALA DE 0 A 10, ONDE 0 SIGNIFICA QUE VOCÊ DISCORDA TOTALMENTE E 10 SIGNIFICA QUE VOCÊ CONCORDA TOTALMENTE.

P19. 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.

- 1 A Internet ajuda no desenvolvimento da carreira profissional
- 2 É possível ganhar dinheiro trabalhando com as ferramentas da internet
- 3 A internet possibilita a criação de novos serviços/ produtos/ projetos que não seriam possíveis de outra maneira
- 4 Penso em usar a internet para desenvolver meu próprio modelo de empreendimento
- 5 A internet pode acelerar o desenvolvimento de projetos
- 6 A internet permite levantar dinheiro/financiamento para a realização de projetos/novos negócios /startups
- 7 A internet estimula a inovação/ geração de ideias e novas soluções
- 8 A internet é um ambiente que contribui para o espírito empreendedor

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



5.COMPORTAMENTO

Pensando agora 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.

P20. Use internet para me informar/saber mais sobre.... (assinale todas as alternativas que se encaixarem)

P21. Use internet para divulgar/criar/produzir eventos ou conteúdos relacionados a...

1. Teatro	8. Esporte
2. Cinema/ Vídeo	9. Decoração
3. Literatura	10. Parques/ Áreas de lazer
4. Música	11. Turismo/ Viagens
5. Arte e Fotografia	12. Religião
6. Culinária	13. Dança
7. Moda	14. Política
	15. Nenhum

P22. Responda às frases abaixo utilizando uma escala de 0 a 10, onde 0 significa que você discorda totalmente e 10 significa que você concorda totalmente.

- 1 O uso da Internet contribui para aproximar as pessoas
- 2 Tenho medo com relação à privacidade e à segurança dos meus dados na internet
- 3 Costumo trocar informações pessoais com desconhecidos
- 4 A internet mudou a forma como eu realizo atividades de lazer
- 5 A internet mudou o meu hábito de buscar informação
- 6 As compras online facilitam a minha vida
- 7 As horas que eu gasto na internet afetam meu sono
- 8 A internet facilita a prática de bullying (piadas, apelidos, ofensas, intimidação, discriminação etc.)
- 9 Devo ter cuidado em expressar minhas opiniões na internet, pois posso não ser bem visto

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 99

Discorda Totalmente

Concorda Totalmente Não se aplica

