

Telefônica

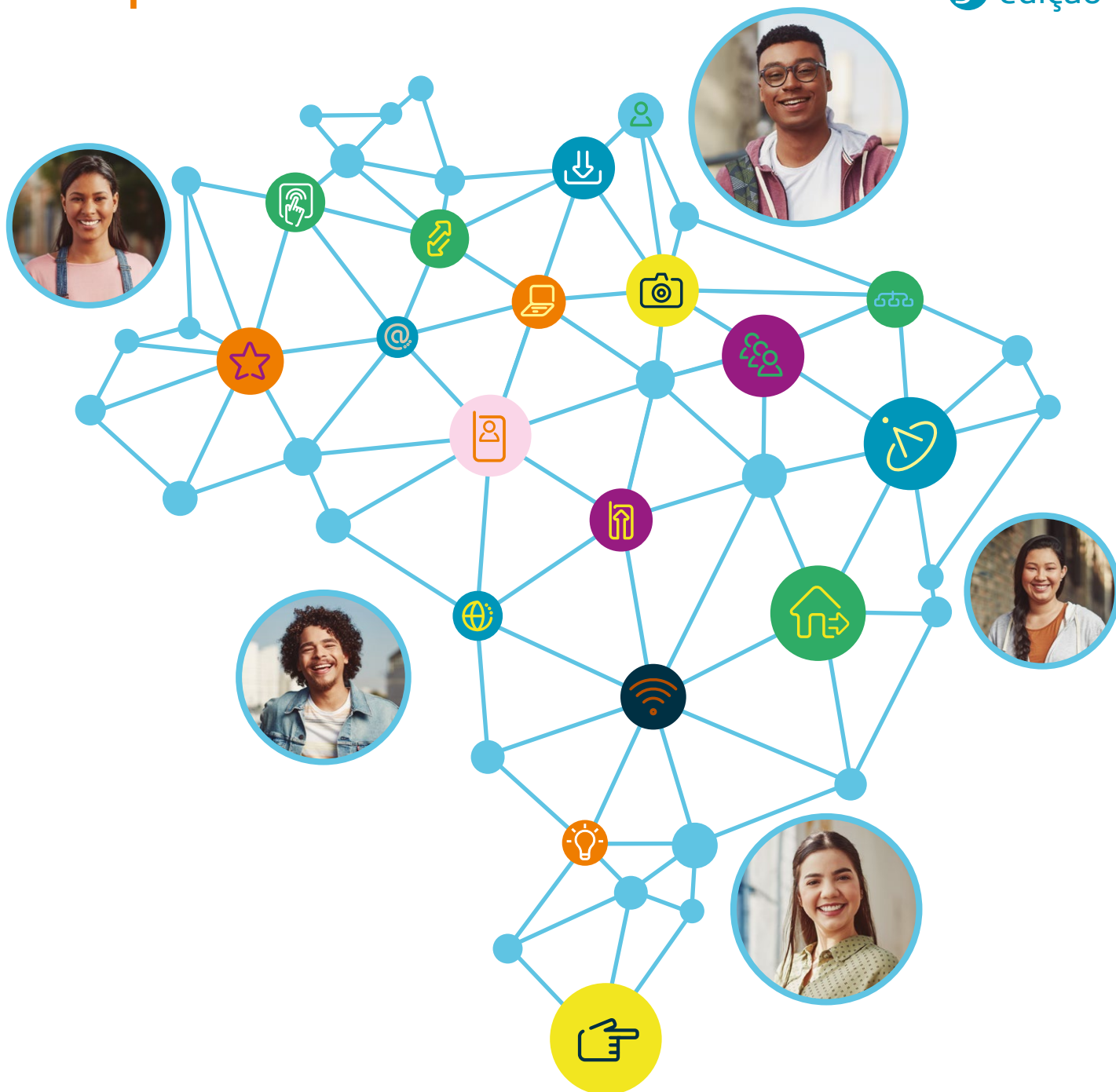
FUNDAÇÃO

| vivo

# Juventudes e Conexões

Comportamento

3ª edição



IBOPE  
inteligência

# Juventudes e Conexões

Comportamento

3ª edição

## Idealização e coordenação

### Fundação Telefônica Vivo

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

## Coordenação e realização

### Rede Conhecimento Social

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

## Realização

### IBOPE Inteligência

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

## Consultoria

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

## Publicação

### Texto e edição

Juliane Albuquerque, Harika Merisse Maia  
e Marisa de Castro Villi

### Projeto gráfico

DPZ&T

### Agência Zatar

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

### Revisão

Fabiana Colturato Aidar

### Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

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

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

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

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

CDD 370.8  
CDU 37:62



## Prefácio



O fascículo **Comportamento** é uma versão resumida da publicação **Juventudes e Conexões**, que você encontra na íntegra para download em [fundacaotelefonica.org.br/juventudeseconexoes](http://fundacaotelefonica.org.br/juventudeseconexoes)

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

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

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

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

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

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

Boa leitura!

Americo Mattar  
Diretor-Presidente da Fundação Telefônica Vivo

# Sumário

1	Histórico do Juventudes e Conexões .....	11
2	Etapas do estudo.....	21
3	Quem participou do estudo e seu perfil .....	27
4	Acesso e atividades conectadas .....	49
5	Referências e habilidades para um mundo conectado .....	69
6	Comportamento – Dados da pesquisa .....	85
7	Comportamento – Múltiplas conexões, muitas tensões .....	113
8	Referências bibliográficas.....	131
9	Anexo: Questionário .....	135





1



# Histórico do Juventudes e Conexões

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

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

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

# Histórico do Juventudes e Conexões

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

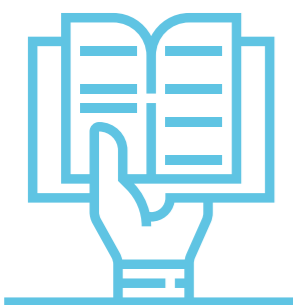
2013-2014  
1ª edição

2015  
Documentário

2015-2016  
2ª edição

2017-2018  
Edição especial  
Empreendedorismo

2018-2019  
3ª edição



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

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

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

Assista aos quatro episódios da série no link: [fundacaotelefonica.org.br/juventudeconectada](http://fundacaotelefonica.org.br/juventudeconectada)

Em 2017, quatro anos após a primeira edição, o contexto era propício à realização de uma edição especial, focada exclusivamente no eixo de empreendedorismo, tendo em vista o período de contração econômica e elevado desemprego no país. Mais uma vez juntos, Fundação Telefônica Vivo, Rede Conhecimento Social<sup>1</sup> e IBOPE Inteligência, lançamos, em 2018, o Juventude Conectada – edição especial Empreendedorismo, construído ao lado de cinco **jovens consultores**. O material e o processo colaborativo foram importantes para atualizar a compreensão sobre um ecossistema que cada vez mais transborda e se integra com os campos da educação, da participação social e do comportamento das juventudes.

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

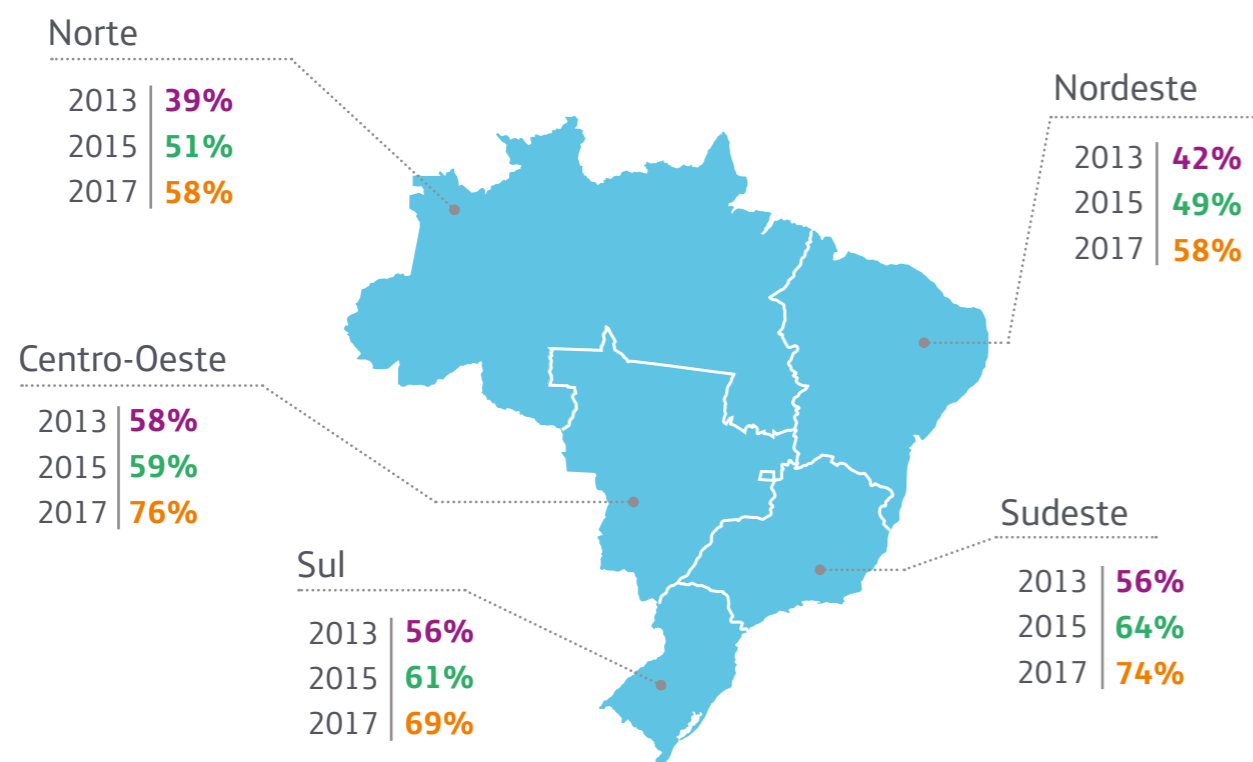
<sup>1</sup> Organização sem fins lucrativos que dá continuidade às ações do Instituto Paulo Montenegro.

## Contexto brasileiro de acesso à internet

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

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

### Indivíduos conectados no Brasil – por região



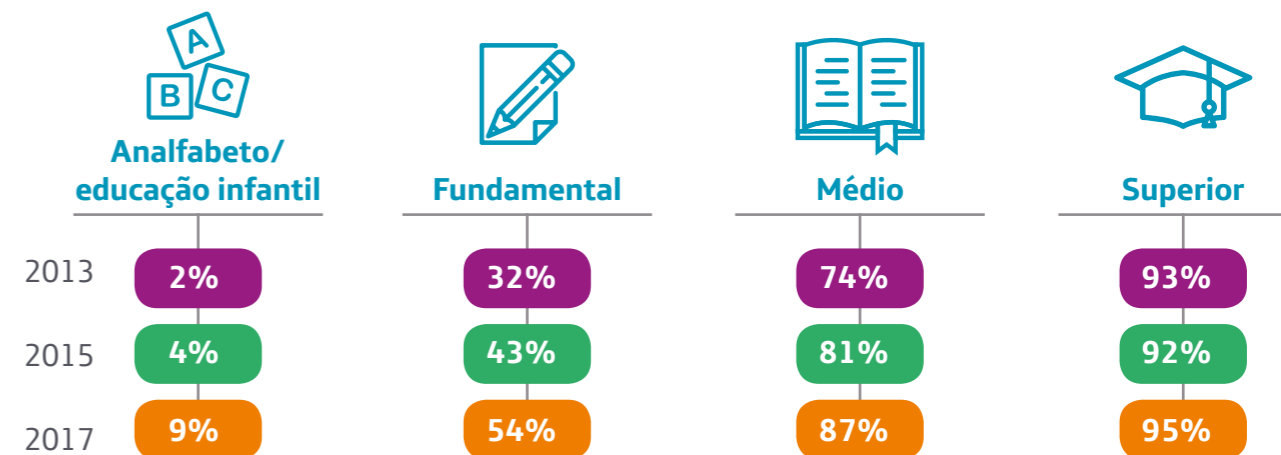
Fonte: CGI.br/NIC.br, Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros - TIC Domicílios 2013, 2015 e 2017.



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

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

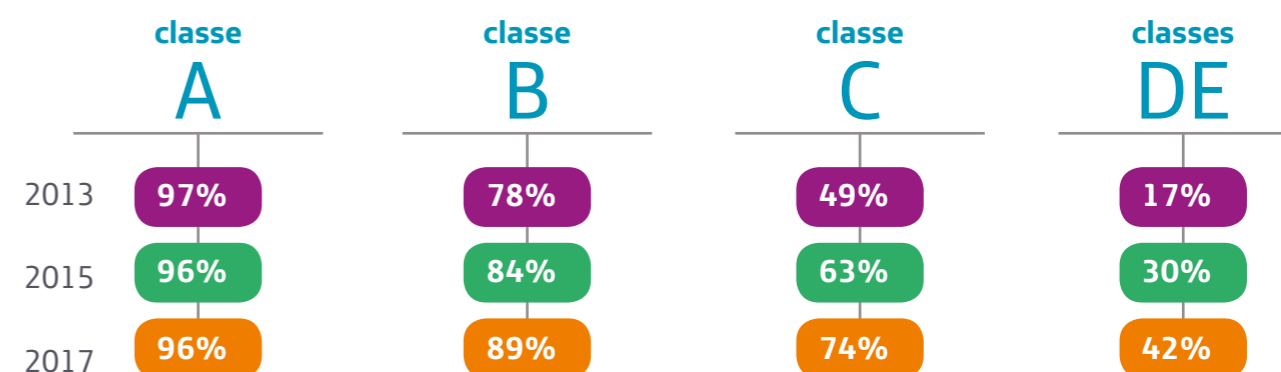
### Indivíduos conectados no Brasil – por grau de instrução



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

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

### Indivíduos conectados no Brasil – por classe social



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

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

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



## Ampliação do público da pesquisa

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

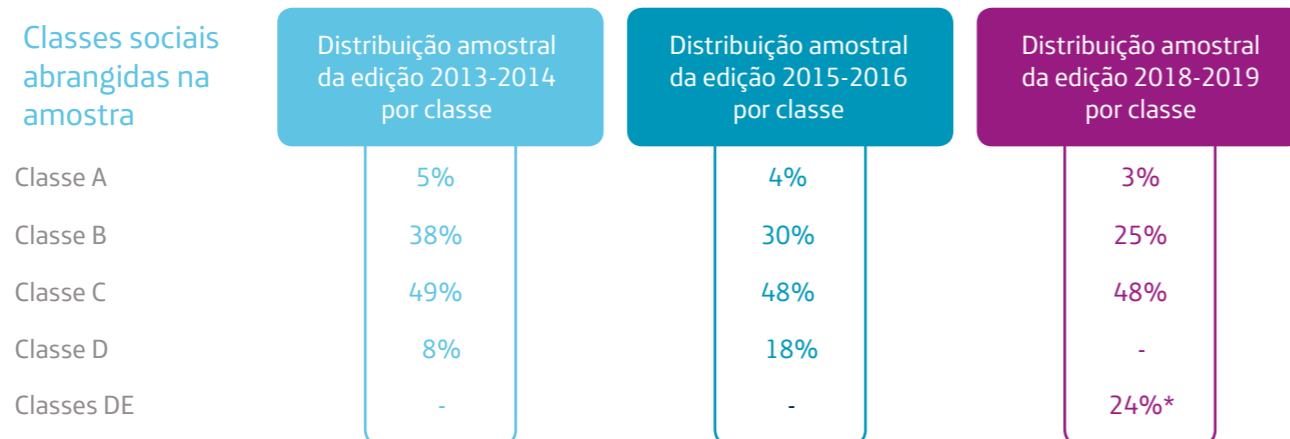
Esse movimento já esteve presente entre a primeira (2013-2014) e a segunda edição (2015-2016), quando mudamos a faixa etária de jovens abrangidos pela pesquisa, estendendo de 16 a 24 anos para 15 a 29 anos, considerando a aprovação do Estatuto da Juventude (Lei nº 12.852/2013). Essa mudança alinhou o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

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

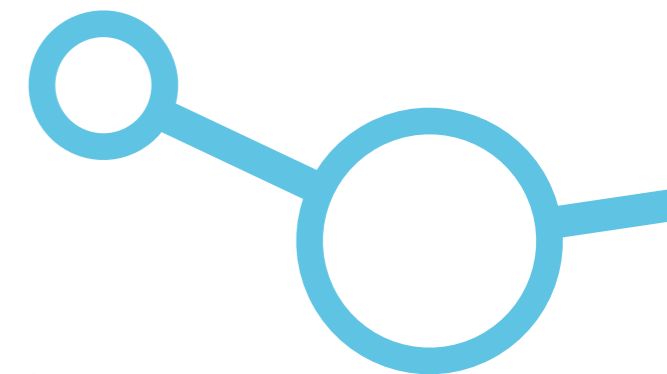
Como vimos nos dados da TIC Domicílios, em 2013, quando o estudo foi concebido, a quantidade de jovens conectados de classes DE era pequena se comparada às demais classes. Isso fez com que a amostra do Juventude Conectada fosse dividida entre as classes A, B, C e D, sem contemplar a classe E. Em 2018,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

Veja nas páginas 14 e 15 deste mesmo capítulo.

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



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



## Escolhas metodológicas

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

### Monitoramento da navegação

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

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

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

### Participação dos jovens no estudo

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

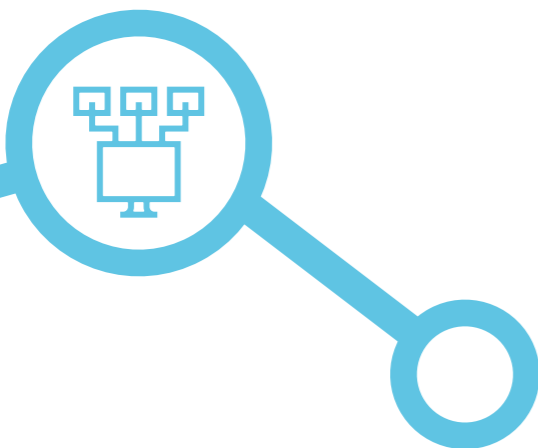
A preocupação com a presença de jovens como produtores de conhecimento na pesquisa passou a ser uma premissa do estudo na segunda edição, quando incluímos a metodologia de PerguntAção. Em 2015-2016, um grupo de jovens pôde desenvolver sua própria consulta participativa de opinião, investigando quem seria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

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

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

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

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



## Novo nome: Juventudes e Conexões

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

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

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

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

## Série histórica

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

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

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



2



## Etapas do estudo

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

# Etapas do estudo

**Julho de 2018**

**Workshop de criação coletiva**

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

**Novembro de 2018**

**Grupos de discussão**

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

**Setembro de 2018**

**Oficina inicial de PerguntAção**

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

**Novembro e dezembro de 2018**

**Pesquisa quantitativa amostral**

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

**Abril de 2019**

**Oficina final de PerguntAção**

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



**Fevereiro de 2019**

**Entrevistas em profundidade**

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

**Abril de 2019**

**Workshop de encerramento**

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

3



## Quem participou do estudo e seu perfil

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

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

# Quem participou do estudo e seu perfil

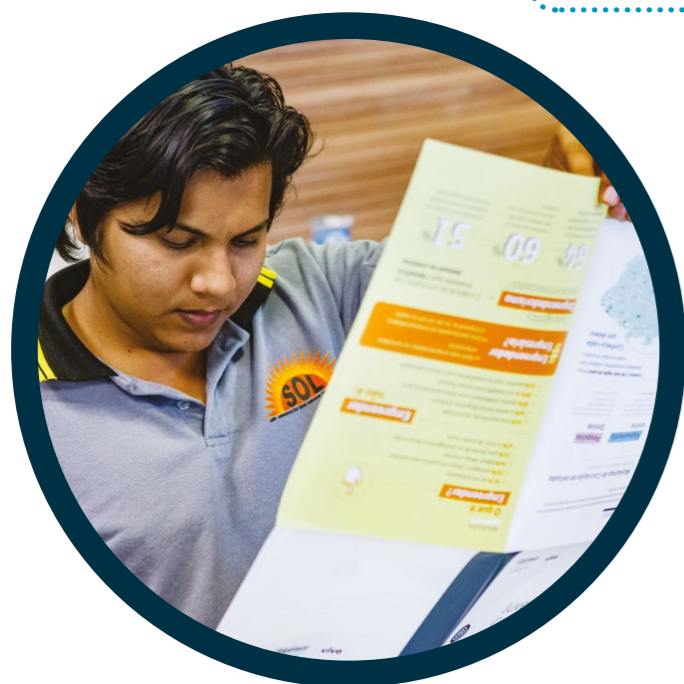
## Etapas de construção coletiva

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

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

### Consultoras

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



### Jovens consultores

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



### Especialistas

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



## Consultoras

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

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



**Eixo: Educação**  
Tatiana Klix Pereira

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



**Eixo: Empreendedorismo**  
Lílian da Silva Botelho

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



**Eixo: Comportamento**  
Helena Wendel Abramo

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



**Eixo: Participação social**  
Rita de Cássia Alves Oliveira

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



## Jovens consultores

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

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



### Norte



#### Rael Marinho Ferreira

Macapá/AP

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



#### Rafael Maciel

Santarém/PA

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



#### Miguel das Mercês

Ananindeua/PA

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

### Nordeste



#### Alice Bezerra

São Sebastião do Umbuzeiro/PB

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



#### Leonardo Ventura de Figueiredo

Recife/PE

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



#### Mateus Henrique Gonzaga

Fortaleza/CE

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



#### Natan Santos

Salvador/BA

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

## Centro-Oeste



### João Guilherme Medeiros Leite

Cuiabá/MT

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



### Hemily Correa

Cáceres/MT

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

## Sul



### Vita Pau Brasil

Porto Alegre/RS

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



### Lorian Moreira de Toledo

Florianópolis/SC

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



### Willian Barros

Londrina/PR

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

## Sudeste



### Ana Beatriz Rodrigues Sousa

Belo Horizonte/MG

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

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



### Renata Borges

São Paulo/SP

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



### Yasmin de Souza Oliveira

São Paulo/SP

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



### Flora Beatriz do Patrocínio

São Paulo/SP

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



### Pablo Oliveira Amorim da Silva

São Paulo/SP

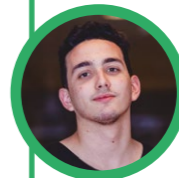
"Tenho 17 anos e sou de São Paulo (SP). Eu sou meio quieto e reservado, mas tenho opiniões consistentes sobre jovens de hoje em dia, em questão de educação e outros temas. Gosto muito de jogar bola e fazer esportes radicais."



### Gabriela Conde Ruiz

São Paulo/SP

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



### Eduardo de Freitas Toledo Júnior

São Paulo/SP

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

## Especialistas

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

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

### Eixo: Educação



**João Alegria**  
(Canal Futura)

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



**Mariana de Lima**  
(Conselho Jovem do Porvir)

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

### Eixo: Empreendedorismo



**Danielle Esli**  
(Infopreta)

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



**Helena Singer**  
(Ashoka)

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



**Hugo Kovac**  
(Projeto Abacaxi e 99jobs)

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

### Eixo: Comportamento



**Greta Lopes**  
(Atriz e produtora cultural)

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



**Gil Marçal**  
(Instituto Criar de TV)

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



**Mário Volpi**  
(UNICEF)

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

### Eixo: Participação social



**Marcio Black**  
(Fundação Tide Setubal)

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



**Rogério da Costa**  
(PUC-SP)

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

## Generalistas

(especialistas que transitam pelos 4 eixos)



**Natália Neris**  
(InternetLab)

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



**Vânia Correia**  
(Viração)

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



## Etapas de coleta de dados

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

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

## Método qualitativo: grupos de discussão

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

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

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

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



## Variações de perfil e estágios de vida



### Faixa etária de 15 a 21 anos:

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



### Faixa etária de 22 a 29 anos:

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



## Método quantitativo: pesquisa amostral nacional

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

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

## Perfil dos e das jovens respondentes

### Quantos anos têm

### Faixas de idade

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



## Onde vivem

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



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

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

## Como se definem

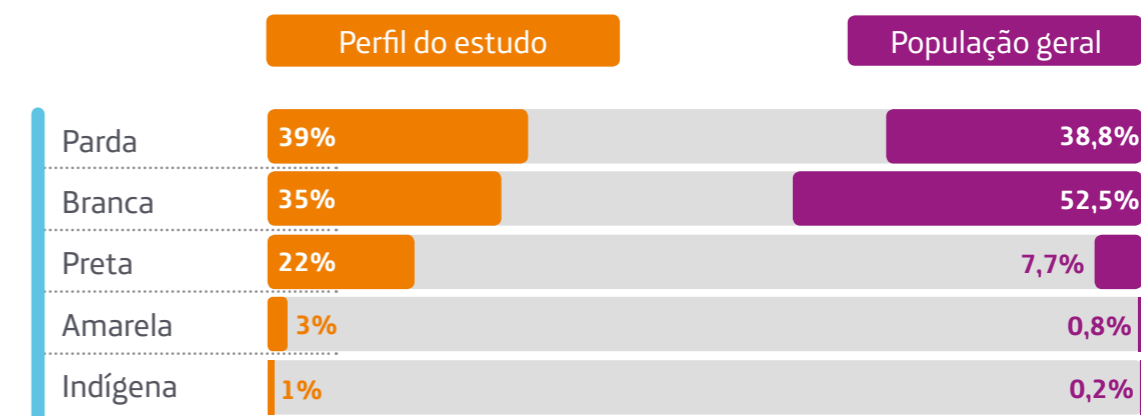
### Sexo e gênero

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

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

## Raça/cor

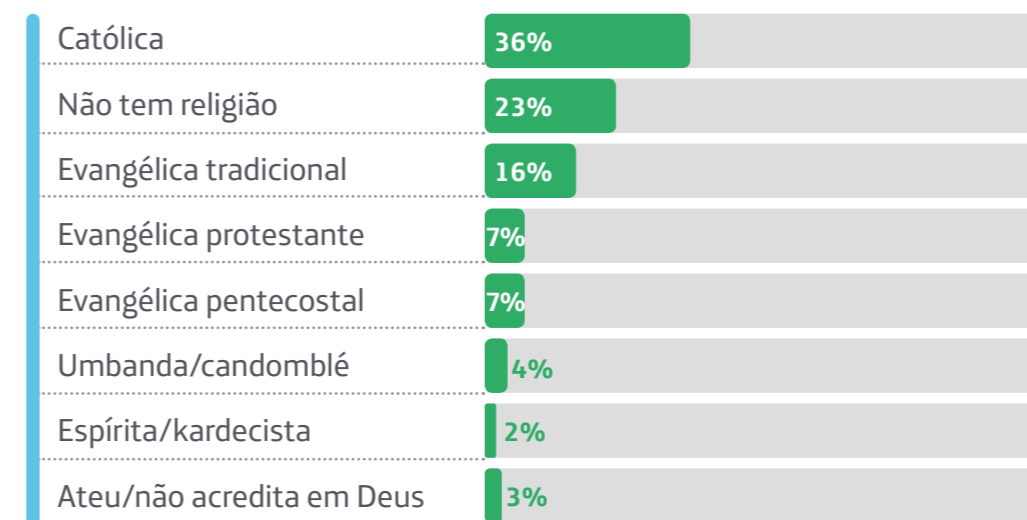
Quando observamos a forma como jovens entrevistados se identificam, vale considerar os dados relativos à raça da população brasileira em geral e da população com perfil semelhante ao do estudo, de jovens de 15 a 29 anos:



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

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

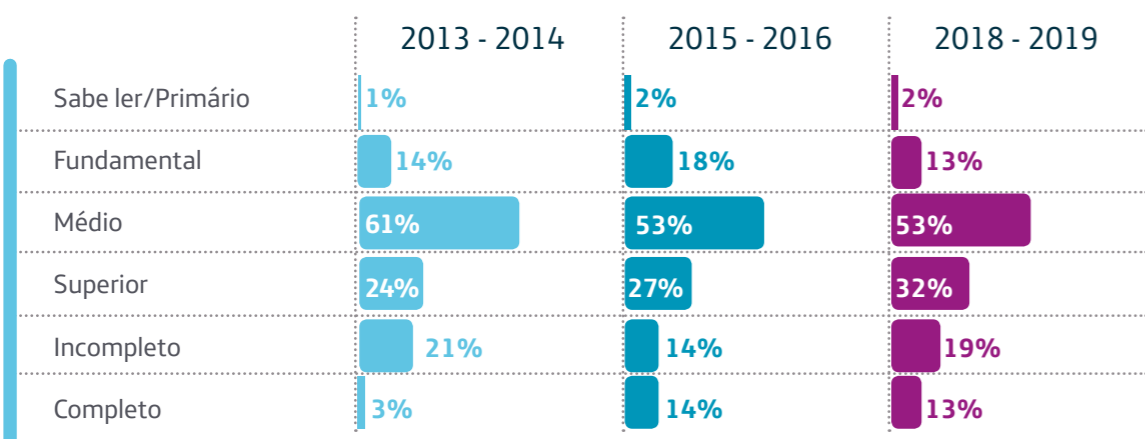
## Religião



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

## O que fazem

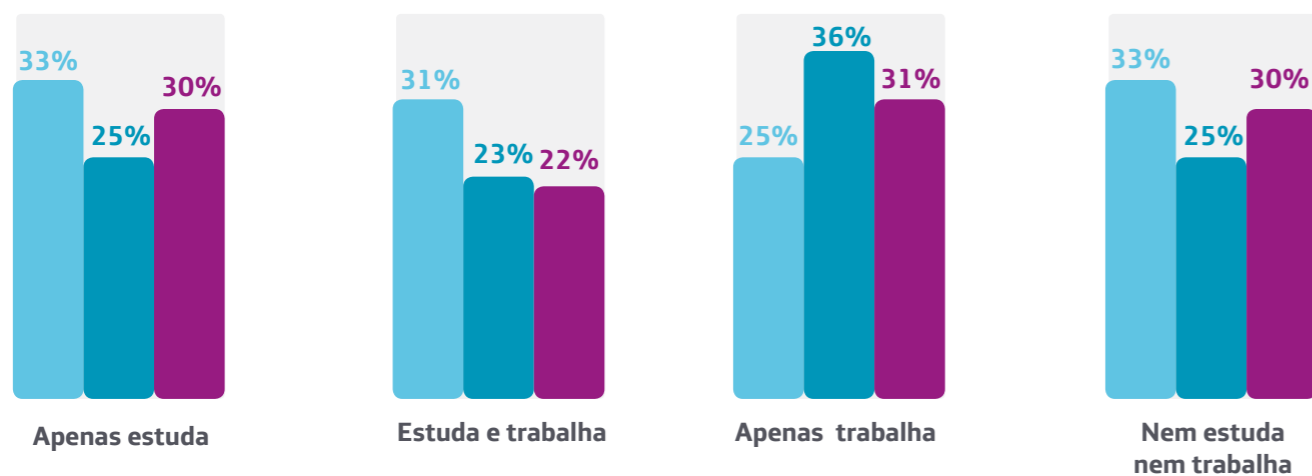
### Escolaridade



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

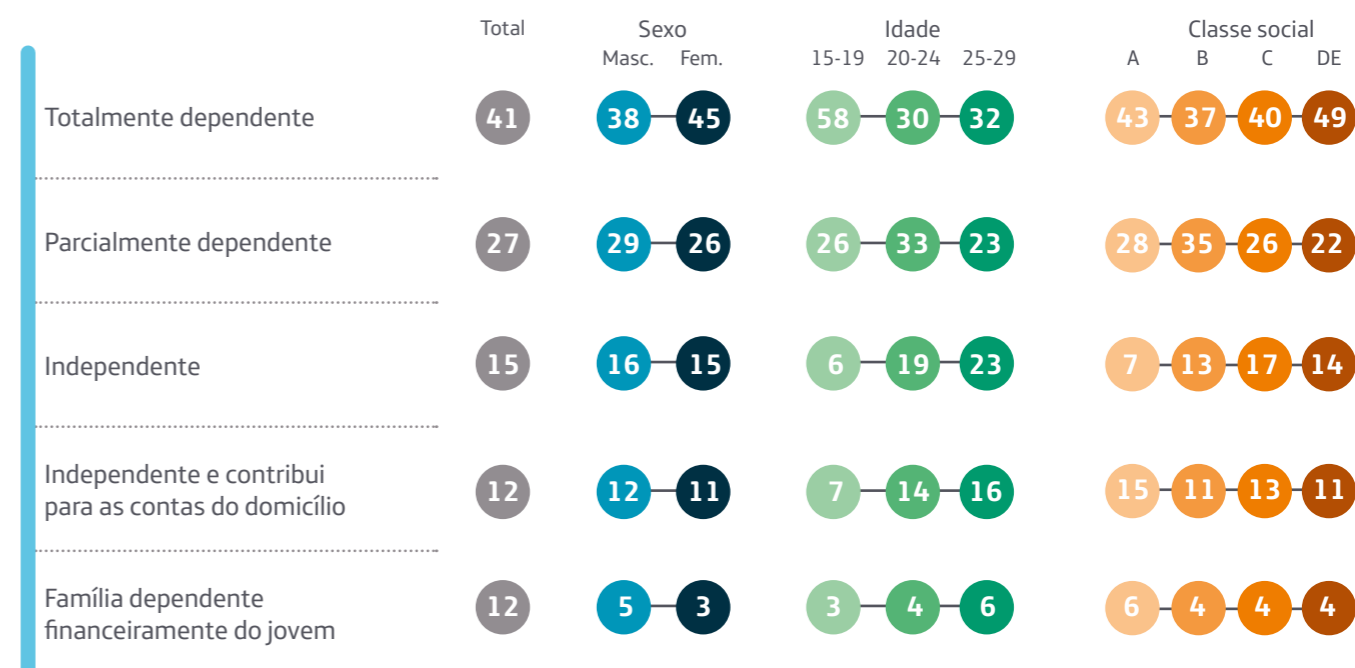
### Ocupação

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



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

### Participação de jovens na vida econômica do domicílio (%)



Fem. = Feminino | Masc. = Masculino

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

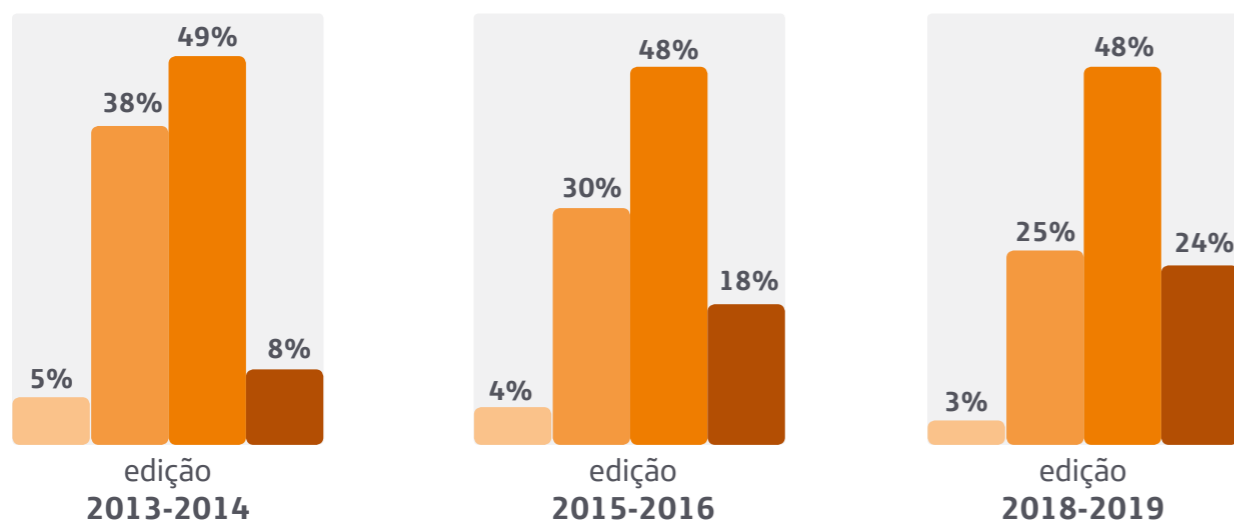
- Mulheres são mais "totalmente dependentes" do que homens.
- Classe C tem o maior número de "Independentes".



## Como vivem

### Classe socioeconômica

● A ● B ● C ● DE

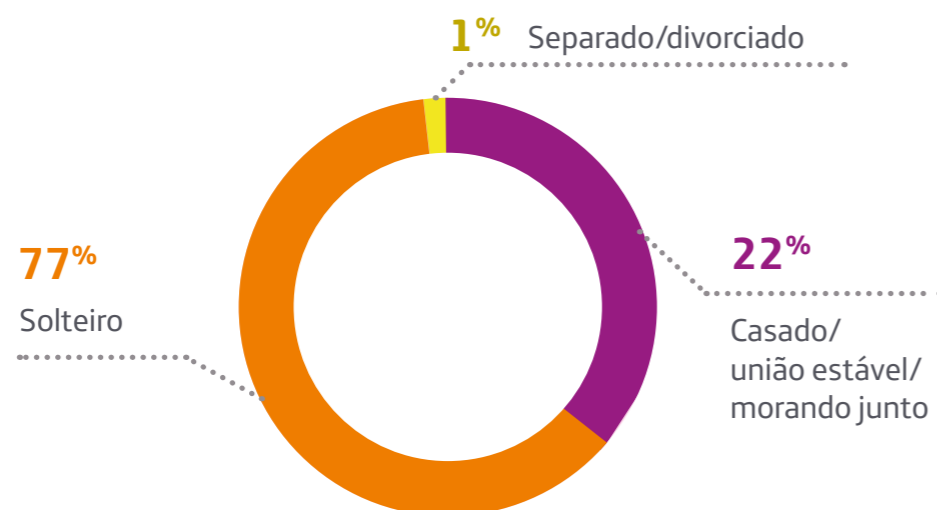


Como mencionado no **capítulo 1**, esta é a primeira edição em que foi possível incluir a classe E na composição da amostra de jovens conectados no Brasil. Na revisão do Critério de Classificação Econômica Brasil (CCEB) de 2015, foi observado que a classe E representava uma parcela muito pequena da população.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

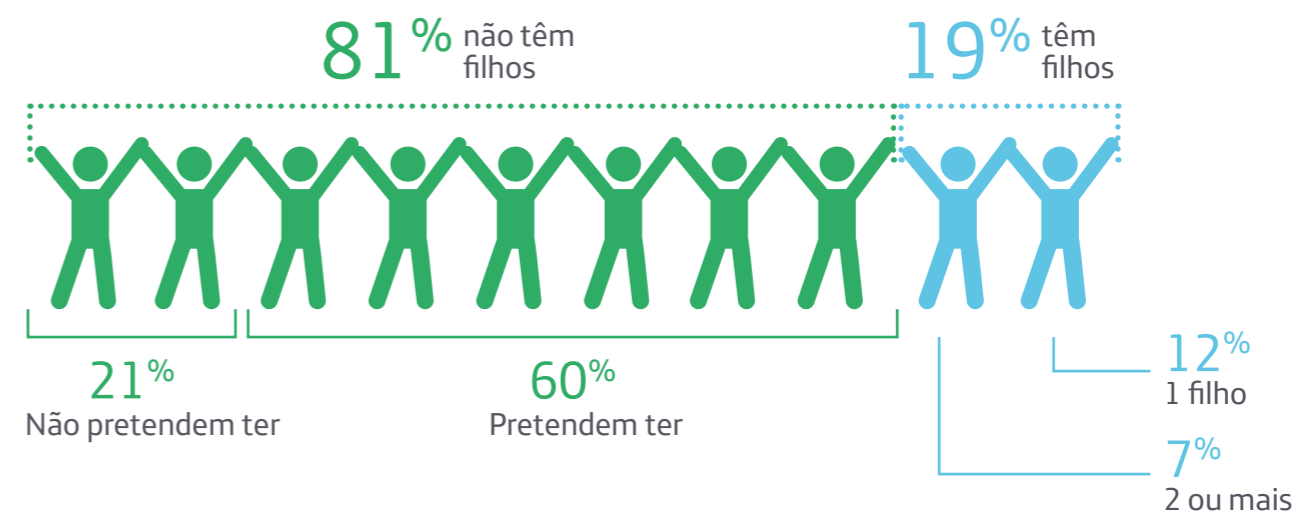
## Com quem vivem

### Status de relacionamento

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



## Filhos



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

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

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





4

## Acesso e atividades conectadas

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

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



## Acesso e atividades conectadas

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

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



### O significado de “estar conectado”

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

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

## Como jovens acessam a internet

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

### Aparelhos usados para acessar a internet

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

\*Fonte: TIC Domicílios 2017



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

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

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

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

## Aparelho que usa com mais frequência

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

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

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

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

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

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

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

Veja mais no capítulo 6, página 85.

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

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

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

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

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

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

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

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



## O que fazem na internet

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

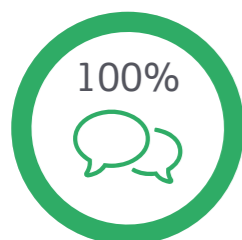
### Multiplicidade de atividades realizadas



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

### Tipos de atividades realizadas

Comunicação



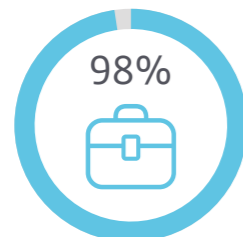
Informações e serviços



Lazer



Capacitação e trabalho



Comércio eletrônico



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

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

## Atividades de comunicação

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## Principais redes sociais



### WhatsApp

Consenso: todos os jovens usam, e muito!

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



### Instagram

É o atual queridinho entre jovens

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



### Facebook

Ainda têm perfil porque precisa!

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



### YouTube

Um lugar para aprender o que quiser!

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

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



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

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

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

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

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

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

## Atividades de lazer

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



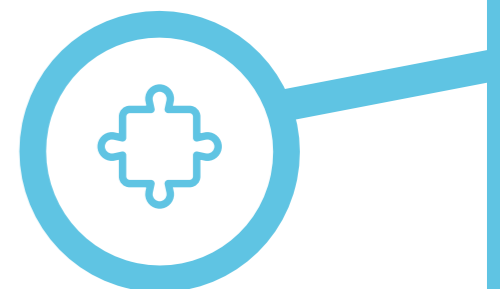
### Lazer

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

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

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

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



## Atividades de busca de informações e serviços online

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

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

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

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

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

## Atividades de capacitação e trabalho

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

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

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

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

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

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

## Atividades de comércio eletrônico

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

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

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

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

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

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

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

## Classificação de atividades realizadas

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

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

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

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

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





## Classificação de atividades realizadas

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

Item que subiu de uma edição para outra

Item que caiu de uma edição para outra

Item novo

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

Item que subiu de uma edição para outra

Item que caiu de uma edição para outra

Item novo

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

Item que subiu de uma edição para outra

Item que caiu de uma edição para outra

Item novo

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

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

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

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

## Principais aprendizados



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

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

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





## Referências e habilidades para um mundo conectado



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

# Referências e habilidades para um mundo conectado

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

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

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

## As principais referências para jovens

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

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



## Instituições mais importantes

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



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

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

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

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

*Jovem consultor em oficina de PerguntAção*

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

*Jovem consultor em oficina de PerguntAção*

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

*Jovem consultor em oficina de PerguntAção*



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

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

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

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

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

*Jovem consultor em oficina de PerguntAção*

## Pessoas mais importantes

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



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

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

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

Mariana Gomes de Lima, Conselho Jovem do Porvir

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

João Alegria, Canal Futura

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

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

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



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

Hugo Kovac, projeto Abacaxi

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

## Fontes mais importantes

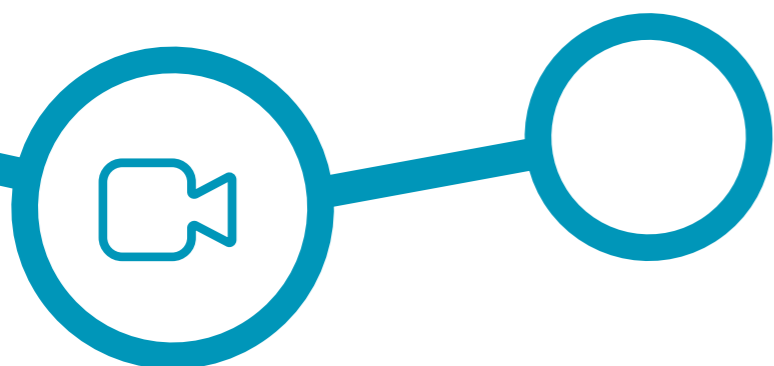
	Para aprender	Para empreender	Para decidir quem quer ser	Para participar na sociedade
Livros didáticos/técnicos ou apostilas	46%	29%	35%	25%
Livros, filmes, peças teatrais ou espetáculos de dança	32%	18%	28%	28%
Sites e plataformas que falam sobre o tema	28%	33%	29%	26%
Vídeos e canais online (YouTube,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



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

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

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



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

### Facebook



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

### Instagram



onde seguem os perfis de grande parte das pessoas que inspiram

### YouTube



buscam temas específicos e seguem perfis de pessoas de referência

### WhatsApp



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

### Twitter



seguem pessoas de referência

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

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

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

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

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

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





## Síntese das referências mais importantes

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

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



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

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

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

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

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

## As principais habilidades para jovens

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

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

### Habilidades mais importantes

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



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

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

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

## Principais aprendizados



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

### A escola é vista como potência!

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

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

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



6



# Comportamento Dados da pesquisa

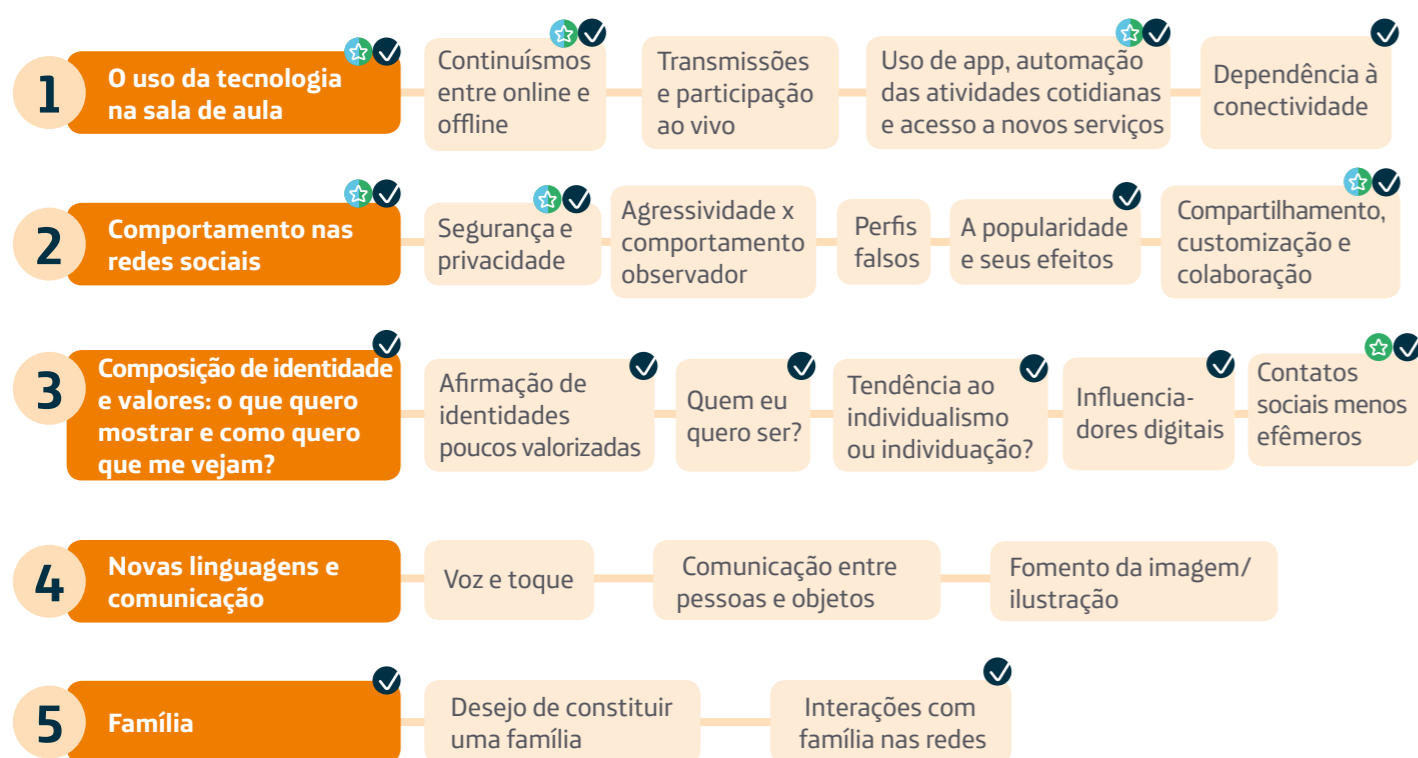
Apresentamos os resultados quantitativos e qualitativos do Juventudes e Conexões focados no eixo temático de comportamento. Esse tema é bastante abrangente e, justamente por isso, não é trivial. Poucas pessoas, por exemplo, param para pensar sobre a formação de sua própria personalidade e o que dela é influenciada pelas tecnologias digitais.

Trazemos aqui as percepções e sentimentos que jovens no Brasil têm sobre como constroem suas identidades, como se relacionam com informações e o quanto se sentem seguros nesse ambiente e nesse contexto marcado por tantas conexões, interações, exposições e fontes de conhecimento.

# Comportamento

Na etapa de construção coletiva, **especialistas** e **jovens consultores** mapearam algumas inquietações, curiosidades e temas relevantes para o momento atual das questões identitárias e das interações no Brasil, levando em consideração o que já havia sido abordado sobre o tema nas edições anteriores. O cruzamento dos interesses e reflexões de todos os públicos envolvidos na cocriação do estudo gerou um quadro síntese, norteador da pesquisa.

## Mapeamento inicial de temas - Comportamento



☆ Tratado na edição 2013-2014

☆ Tratado na edição 2015-2016

☆ Tratado nas edições 2013-2014 e 2015-2016

✓ Abordado na edição 2018-2019

O primeiro ponto de discussão sugerido por **especialistas** e levado para validação de **jovens consultores** tratava da continuidade e complementariedade da experiência virtual com a presencial. Jovens demonstraram que têm bastante consciência sobre o que é vivenciado nesses dois ambientes e quais os limites de cada um. Para eles, o online não substitui o presencial e, ao mesmo tempo, muitas coisas importantes para as suas vidas só poderão ser feitas com o auxílio das tecnologias digitais.

Veja mais sobre essa interpretação na análise sobre as instituições, pessoas e fontes de referência para jovens no capítulo 5, página 69.

“Acho que são coisas bem diferentes, o virtual nunca vai ser igual ao presencial. São para contextos e objetivos diferentes, não são excludentes.”

Jovem consultor em oficina de PerguntAção

“Acho que rola uma condenação do virtual. Ver minha mãe por vídeo é muito f\*\*\*.”

Jovem consultor em oficina de PerguntAção

Questionados sobre o lugar que a internet ocupa em suas vidas, **jovens consultores** nos deram respostas em sentidos que podem ser contraditórios e, ao mesmo tempo, complementares:

**Refúgio**

do mundo, da casa, da família etc.

**Interação**

com pessoas diversas e realidades diferentes

A internet é vista por eles como espaço em que é possível se isolar temporariamente e se reconectar a um ambiente selecionado, com pessoas ou informações previamente determinadas (por buscas ou ação de algoritmos).

**Jovens consultores** também comentaram sobre a fluidez com que essa complementariedade entre online e presencial ocorre, em especial com o uso das redes sociais que permitem a continuidade de convivência com pessoas conhecidas em passeios e viagens ou com colegas de escola ou faculdade depois do término do curso, entre outras situações de interação. Percebem que, embora possa afastar pessoas, a internet tem o potencial para colaborar com a aproximação de quem tem interesses ou objetivos em comum. E, para eles, justamente essa visão sobre contribuições positivas e negativas contribuiria com um debate sobre usos das tecnologias digitais e valeria a pena ser abordada nesta edição da pesquisa.

Na visão desses jovens, o crescimento de aplicativos e a multiplicação de redes sociais vêm provocando mudanças de hábitos, linguagens, espaços de comunicação e comportamentos cotidianos e possibilitam, por exemplo, planejar e resolver situações com mais praticidade, além de contratar serviços online por meio de aplicativos.

Mas, quanto será que todas essas conexões influenciaram a forma como jovens no Brasil definem-se, relacionam-se e se portam? Essa grande pergunta, baseada nas ponderações de **jovens consultores** e **especialistas**, norteou as abordagens desta edição do estudo no eixo temático de comportamento, cujos resultados apresentamos nas próximas páginas.


## Construção de identidades

Ao levar aos grupos de discussão um debate sobre como jovens constroem suas identidades, percebemos que a maior parte deles nunca havia refletido de forma aprofundada sobre esse processo e sobre suas inspirações, muito menos coletivamente.

“É um pouco complicado fazer a própria leitura da nossa identidade.”

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

Ficou claro que jovens compreendem a complexidade dessa constituição de quem são, em especial com tantas informações circulando e com a ampliação do contato com outras pessoas pelas redes sociais. Entendem que identidade é um processo constante e que ocorre paralelamente nas dimensões individual e coletiva.



### O que entendem por “identidade”

Personalidade	Valores e ideais
A forma como o indivíduo se entende	Construção da autoimagem (quem quero ser)
Preferências, comportamentos e hábitos	



“Acho que minha identidade nunca vai ser completamente construída. Tipo ‘hoje decidi construir minha identidade’, não é assim. Acho que hoje eu aprendo uma coisa e acrescento na minha vida. Amanhã eu aprendo outra coisa e acrescento, e vai ser assim o resto da vida. Não dá para construir a identidade, construir tudo o que eu sou e tudo o que eu vou ser em um dia só, em um ano só. É coisa para a vida inteira.”

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

**Especialistas** concordam que o processo de construção da identidade seja uma dinâmica contínua, mas reforçam que na adolescência o processo se dá de forma mais intensa e que nos anos que se seguem alguns elementos identitários vão se consolidando e outros vão se renovando.

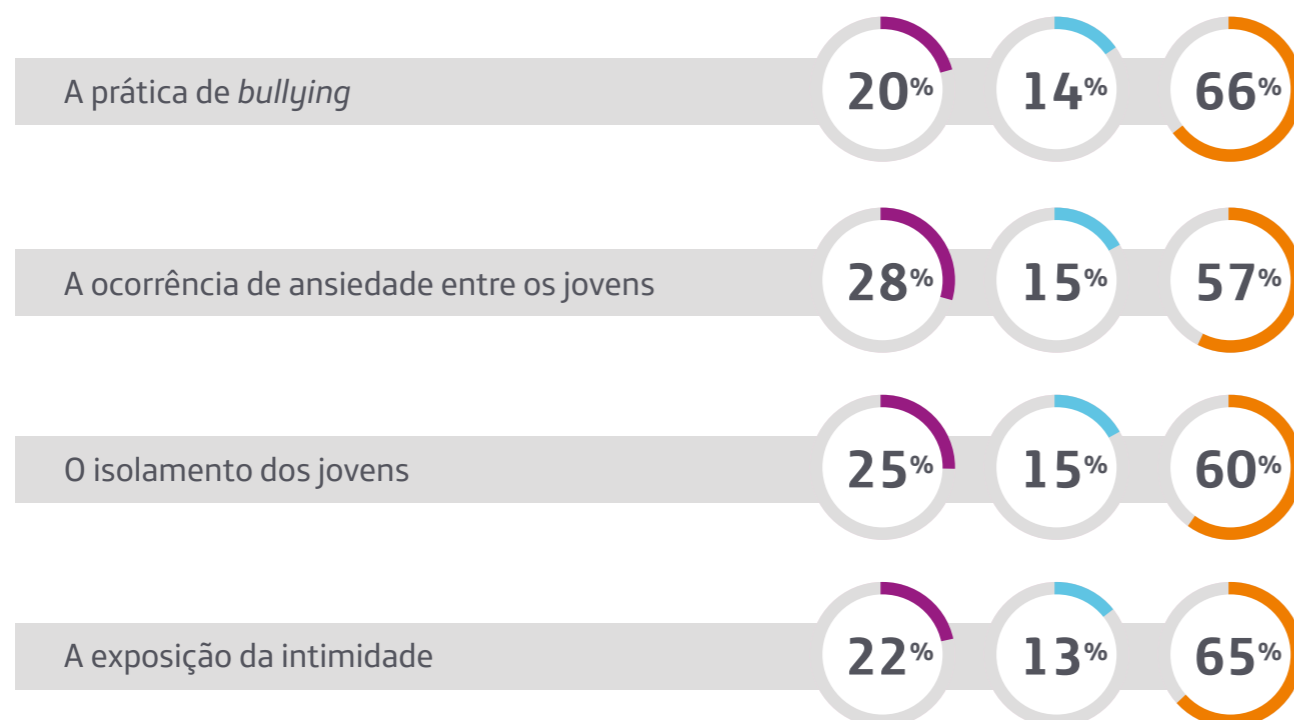
## Influências das tecnologias digitais para a construção de identidades e comportamentos

Se a identidade é resultado da dinâmica entre o coletivo e o individual, qual será então a participação da internet nesse processo?

Buscamos saber como jovens percebem essas influências e como pensam que as tecnologias digitais podem ajudar ou atrapalhar em questões tão comuns entre eles, como o *bullying*, a ansiedade, o isolamento e a privacidade.

## Avaliação da influência da internet no comportamento

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



Ainda que 57% concordem que a internet piora a ocorrência de ansiedade entre eles, é importante destacar que 28% percebem que ela pode colaborar para a melhora desse quadro. Para **jovens consultores**, o aumento da dependência pela conexão e das possibilidades de construir uma identidade pode levar a processos de ansiedade e depressão entre jovens. Há muitas oportunidades e possibilidades, dando a sensação de que “nunca se vai dar conta de tudo”, gerando frustrações, sensação de perda de tempo ou medo de estar perdendo alguma coisa importante.

“A ansiedade aumentou porque a internet proporciona muita coisa em um pequeno espaço de tempo.”

*Jovem consultor em oficina de PerguntAção*

“São coisas muito imediatistas, hoje um passarinho voando, amanhã um unicórnio, muda rápido, é tempo real.”

*Jovem consultor em oficina de PerguntAção*

Em se tratando da prática de *bullying* e da agressividade que circulam na internet, especialmente para jovens que estão o tempo todo conectados e expostos a esse tipo de situação, lidar com esses fatores pode gerar sofrimentos intensos e consequências graves. O isolamento poderia ser inclusive em decorrência dessas barreiras de relacionamento, dentre outras causas.

Para mais da metade (60%), a internet piorou o isolamento de jovens, mas uma parcela significativa (25%) acredita que as tecnologias digitais atuam de forma positiva contra isso.

Nos grupos de discussão, levantamos alguns pontos positivos e negativos que jovens sentem sobre a influência da internet nas suas vidas:

Pontos positivos	Pontos negativos
<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Permite acessar conteúdos diversos que quebram paradigmas e preconceitos.</li> <li>+ Ajuda a conhecer e incorporar novos comportamentos: práticas, estilos, <i>hobbies</i> etc.</li> <li>+ Legitima discursos antes excluídos sobre padrão de beleza.</li> <li>+ Permite estar de alguma forma próximo e se inspirar em pessoas famosas.</li> <li>+ Facilita acompanhar ou fazer parte de movimentos políticos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Deixa jovem perdido e confuso diante de tanta informação.</li> <li>- Orienta para comportamentos considerados perigosos, especialmente entre os mais novos.</li> <li>- Distancia jovem de sua própria identidade a partir do momento em que copiam o que veem nas redes.</li> <li>- Dá a impressão de que o ter é mais importante que o ser.</li> <li>- Gera a ilusão de homogeneidade e apaziguamento criado pelos algoritmos (bolha social).</li> </ul>

De modo geral, jovens dos grupos de discussão e **especialistas** acreditam que a internet quebrou barreiras de acesso ao conhecimento, amplificou algumas vozes que estavam à margem dos grandes meios de comunicação e trouxe novas formas de pensar e lidar com o imaginário que fazem de si mesmos. Essas são algumas das grandes contribuições da vida conectada.



“Acho que a internet ajuda um pouco a formação da identidade. Porque mesmo que você não copie toda aquela informação na sua construção pessoal, você acaba meio que adaptando ela ao seu modo de viver, você acaba tirando ela do contexto original e adaptando ao seu contexto, traz para sua realidade pessoal e incorpora no seu jeito.”

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

“Antes de ter mais contato com o mundo eu era uma pessoa muito preconceituosa também, não entendia o outro lado e ponto. Isso não começou no online, mas tinha grupos de interesse, uma coisa puxou outra, pude abrir minha cabeça e falar, ‘cara, o que que estou falando?’ Porque eu consegui me conectar com pessoas, hoje eu brigo com meus pais muitas vezes porque vêm com uns papos muito fechados, tem que tentar entender o outro. Anos atrás não brigaria.”

*Jovem consultor em oficina de PerguntAção*

“Principalmente na última década, em relação à estética é algo extremamente positivo a quantidade de canais e páginas que ensinam as meninas negras a cuidarem do cabelo, fazerem trança, falam de produtos e serviços. Tem dados sobre isso, o aumento de buscas por cabelos crespos no Google cresceu 200% no período de dois anos. As redes sociais também influenciam muito jovens de sexualidade dissidente. Há uns anos eram os bate-papos, mas acho que as páginas e grupos em redes sociais, como Facebook, ajudam muito a pensar sobre transexualidade, por exemplo. Alguém do interior do Brasil que quer buscar sobre hormonização encontra. Acho que a internet é uma janela importante para o mundo, para descoberta e para construção identitária também.”

*Natalia Neris, InternetLab*

Esse processo de diversificação das fontes de referências, por vezes, vem acompanhado de um efeito rebote, em que as pessoas começam a seguir os mesmos influenciadores e têm acesso a conteúdos parecidos, criando assim grupos que também se padronizam internamente.

Veja mais sobre referências para decidir quem quer ser no capítulo 5, página 77.

“[Meus amigos] estão consumindo o mesmo conteúdo, está saindo da mesma fonte, por mais que algumas coisinhas mudem, no geral é bem igual.”

*Jovem consultor em oficina de PerguntAção*

Ao mesmo tempo em que o ambiente virtual é marcado pela convivência e afirmação da diversidade e do autoconhecimento, ele também expõe comportamentos de intolerância, agressividade e autodestruição.

Uma das análises feitas por **especialistas** e **jovens consultores** sobre a percepção do aumento do comportamento observador entre jovens é que eles estão se posicionando menos publicamente para evitar conflitos ou se expor demais. Mas, ao mesmo tempo, notam uma tendência de certos grupos se colocarem mais nas redes, afirmarem suas ideias e crenças.

Para **especialistas**, a tensão gerada pelo contato entre pessoas e realidades diferentes é um resultado esperado socialmente, já que há maior intensidade na interação e na abrangência dos perfis que agora falam e são ouvidos publicamente. Reforçam que a internet é um grande amplificador das questões sociais atuais, exercendo influências positivas e negativas em determinados temas e com capacidade de gerar processos sociais inéditos (ou não).

“Antes as pessoas tinham mais vergonha, agora tem muita gente grande destilando seu ódio, aí outros se valem disso, ‘se ele falou estou amparado, posso falar também’.”

*Jovem consultor em oficina de PerguntAção*

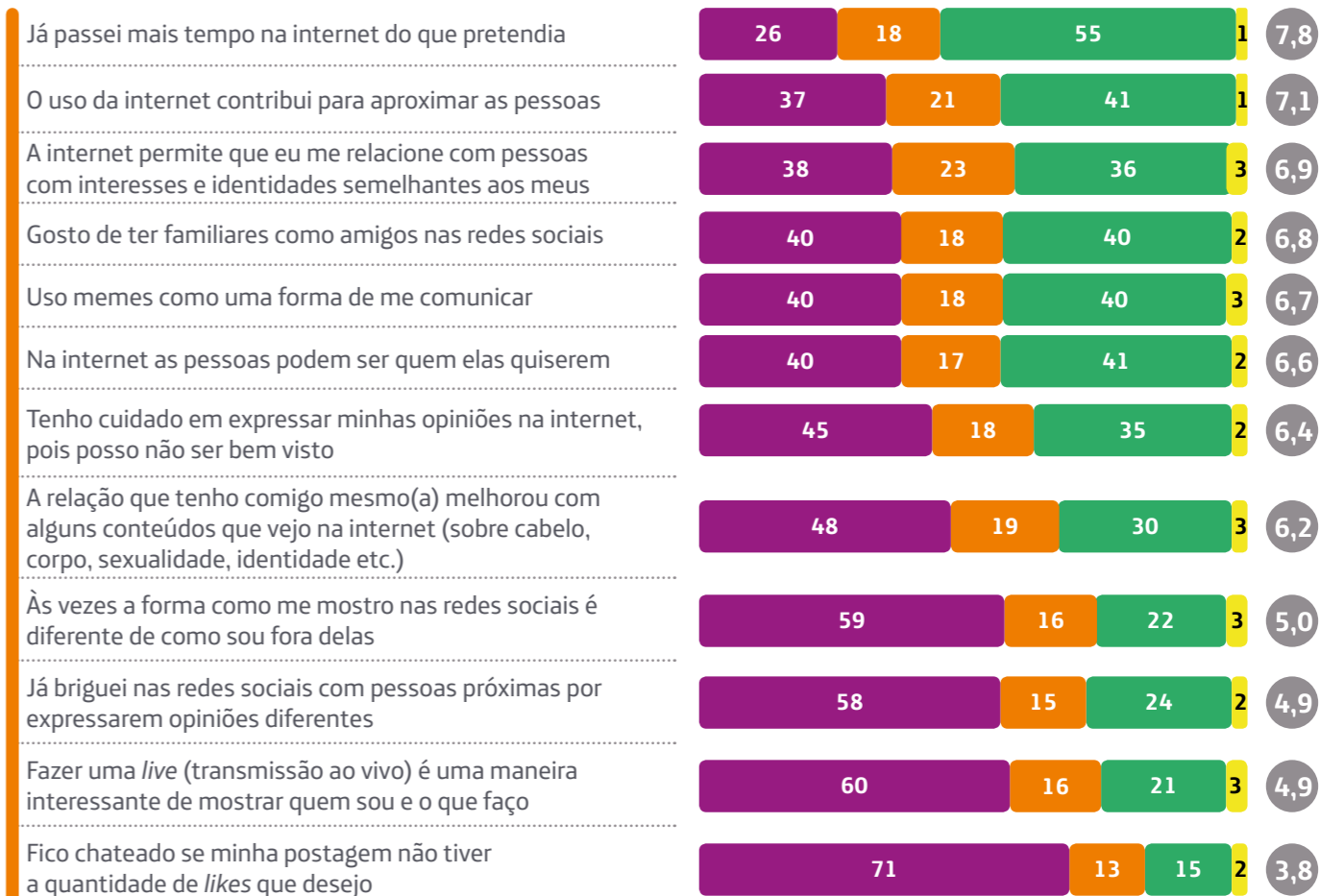
“É uma questão para levantarmos e eu não tenho uma conclusão sobre isso. A internet ajudou a dar maior visibilidade [à questão] negra, mas aumentou ou diminuiu o racismo? Ajudou dar mais visibilidade à comunidade LGBT, mas aumentou a homofobia? Não sei fazer essa conta, eu sei que quando você aumenta a visibilidade vai ter um aumento das pessoas que combatem essa identidade naturalmente.”

*Mario Volpi, UNICEF*

Para compreender a percepção desses jovens sobre o quanto as relações sociais estabelecidas na internet são relevantes ou afetam o comportamento deles, perguntamos sobre a forma como se mostram, comunicam-se e interagem com pessoas próximas ou desconhecidas.

## Tecnologias digitais em práticas e relações para constituir identidades e comportamentos

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



Entrevistados responderam às perguntas utilizando uma escala de 0 a 10, onde 0 significava discordar totalmente e 10, concordar totalmente. Nessa edição, novas frases foram incluídas na questão que não estavam presentes nas edições anteriores do estudo. Considera-se um alto nível de concordância quando são atribuídos pontos 10 e 9; e baixo nível de concordância de 6 a 0. Para representar de forma sintética a percepção geral, são apresentadas as pontuações médias do conjunto de respondentes (calculadas por média simples).



Mais da metade de jovens consideram que já passaram mais tempo na internet do que pretendiam. Número que parece baixo se levarmos em consideração os dados apresentados anteriormente sobre a presença constante da internet no dia a dia deles, proporcionada em especial pelo fortalecimento do celular como aparelho de conexão, individual e móvel, que contém diversas ferramentas de comunicação, lazer, capacitação, busca de informações e serviços.

A esse respeito, **jovens consultores** alertam que falar em “tempo destinado à internet” é obsoleto e remete à época das *lan houses*. Para a maior parte deles, a sensação é que hoje todos estão conectados o tempo todo, mas aqueles de cidades de pequeno porte ou rurais relataram experiências de dificuldade de uso que tornam essa ideia de “estar conectado o tempo todo” dependente do contexto.

Não foi comum o entendimento de respondentes sobre a contribuição da internet para aproximar pessoas: 41% concordam muito e 37% concordam pouco com isso. A mesma tendência de divisão de opinião pode ser observada em diversos outros itens, tais como a ampliação de relacionamentos com pessoas de mesmos interesses, gostar ou não de ter familiares nas redes sociais, poder ser como se quer na internet.

No que diz respeito à forma como se comunicam, jovens também têm perspectivas opostas: 40% usam memes e outros 40% não os usam; as transmissões ao vivo são menos populares para jovens mostrarem quem são e o que fazem (21%).

Apenas 15% assumem que ficam chateados quando não conseguem os *likes* esperados em suas postagens, proporção que causou estranhamento entre **jovens consultores**, cujos relatos contam sobre a importância dos *likes* nos *posts*:

“Isso de *live*, não vou fazer *live* porque eu não sou famoso, nem bonito. Aí se faço parece que quero aparecer.”

Jovem consultor em oficina de PerguntAção

“Essa autoafirmação sempre existiu, mas, com a tecnologia, medimos mais o quanto [alguém] é popular ou não. (...) Quanto mais *likes* tenho, mais confiante posso chegar no grupo de amigos e mostrar como sou famoso, bem visto, tenho mil *likes* e você só tem cem.”

Jovem consultor em oficina de PerguntAção

## Significado de *like*/curtir e *dislike*/não curtir para jovens consultores:

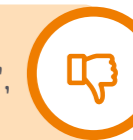
**Like =**

“concordo com o que você diz”.



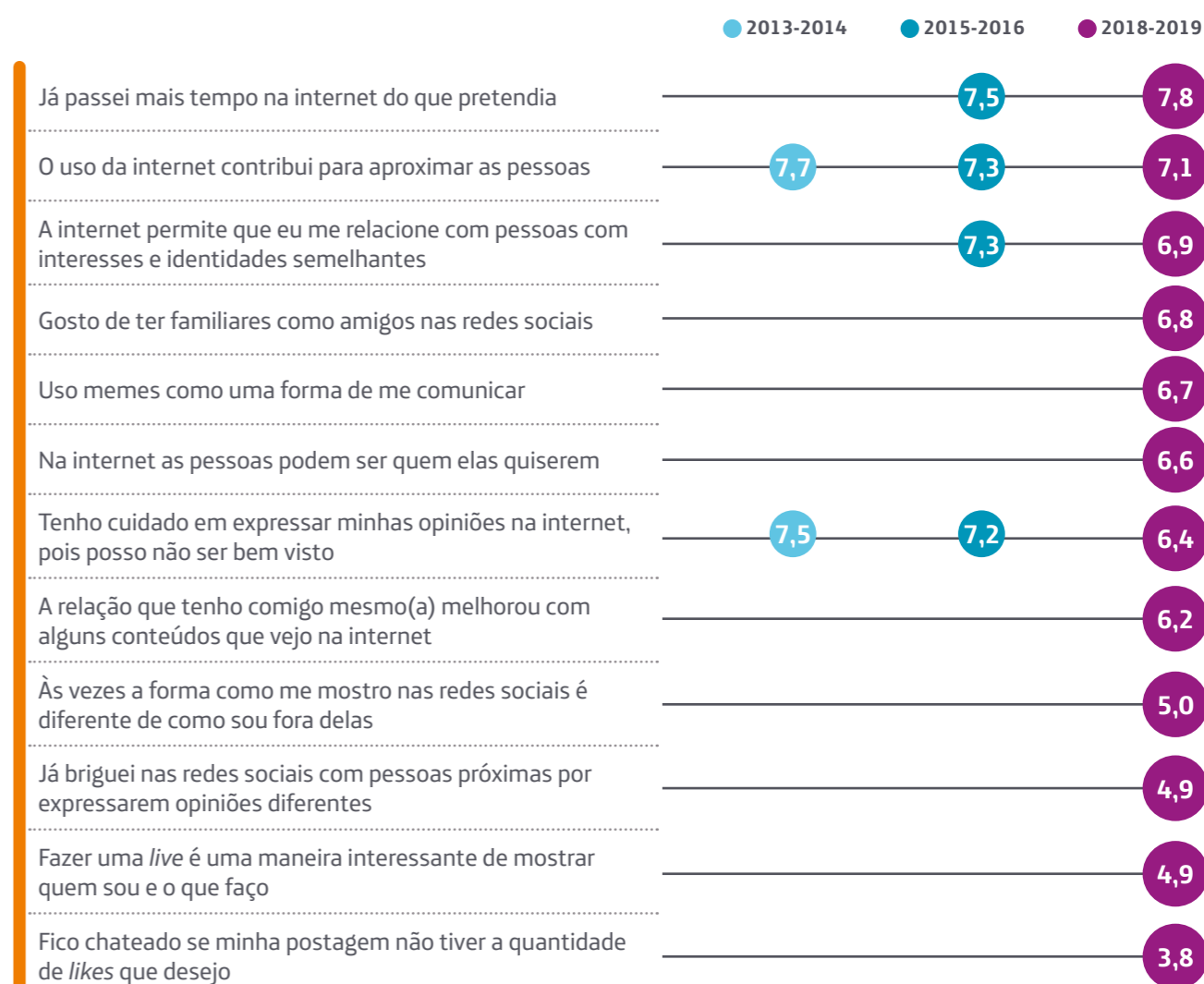
**Dislike =**

“reprovo o que você diz”, “para de fazer isso”.



Percebemos que os usos que fazem da internet para se posicionarem e se relacionarem é bastante plural e cheio de nuances, que podem depender de outros fatores, como contexto, fases de vida e condições socioeconômicas.

## Tecnologias digitais em práticas e relações para constituir identidades e comportamentos – série histórica



Os valores apresentados referem-se à média de pontos dados por todos os respondentes a cada frase. Entre as edições do estudo, novos itens foram incluídos, mas alguns estão presentes desde as edições anteriores, permitindo observar mudanças ao longo do tempo. Consideramos que houve variação entre um ano e outro quando a média aumenta ou diminui pelo menos 0,4 ponto.

Observamos a diminuição da percepção de jovens de que é possível se conectarem a pessoas com interesses e identidades semelhantes pela internet. Essa sensação de dificuldade para se relacionar se reforça quando vemos a queda constante daqueles que acreditam que o uso da internet contribui para aproximar as pessoas.

Esse ambiente tensionado está expresso na diminuição de jovens que tomam cuidado ao se posicionarem na internet.

Reforçando análises anteriores, aumenta a sensação entre jovens de que já passaram mais tempo na internet do que pretendiam.

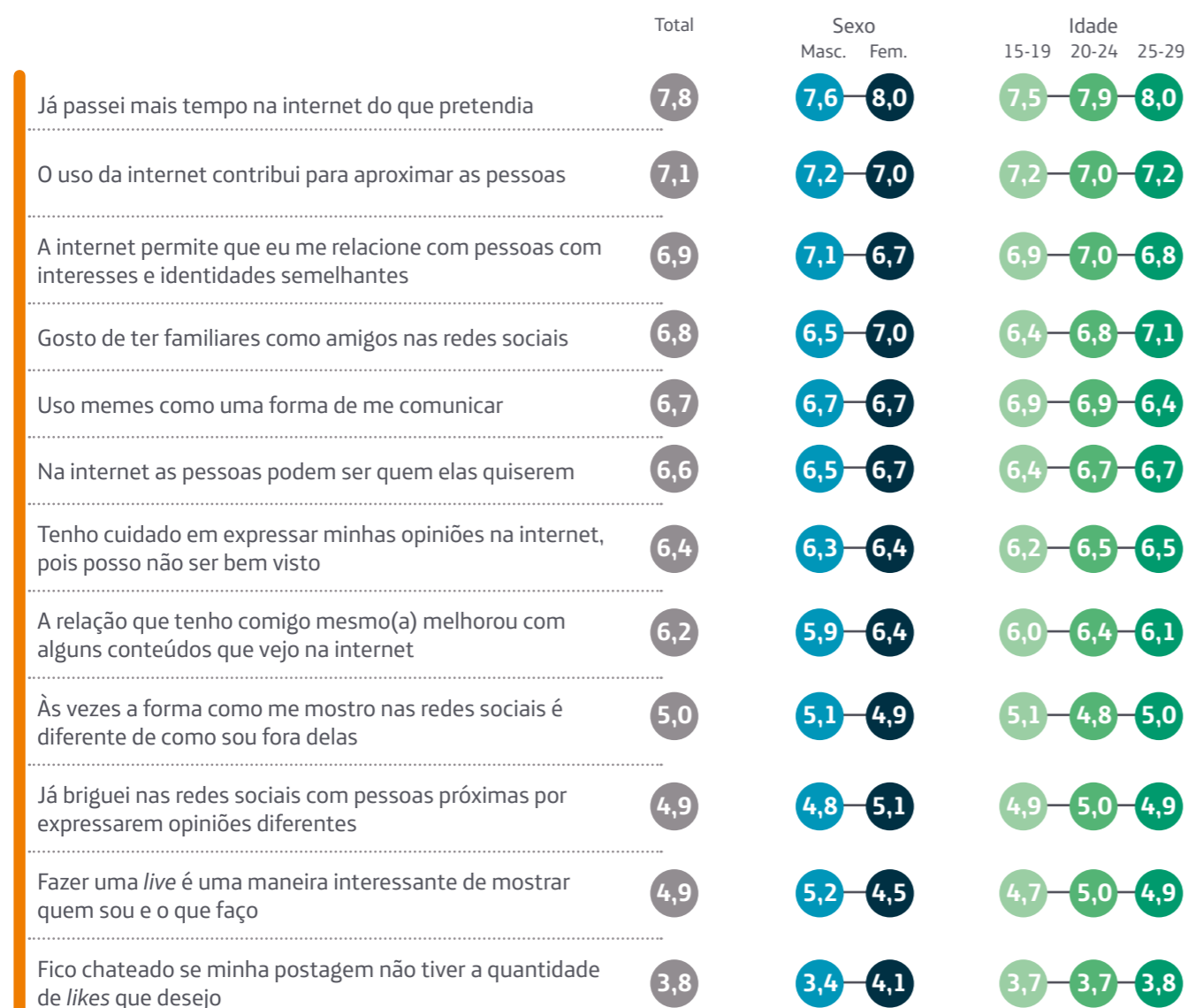
Ao detalhar por sexo e idade, observamos que, quanto mais velhos, mais críticos os jovens são em relação ao tempo que passam na internet; da mesma forma que as mulheres. São elas também que dizem gostar mais de ter os familiares e amigos nas redes sociais; ao passo que, quanto mais novos, menos jovens gostam de ter os familiares nas suas redes sociais.

Já os homens mostram-se mais abertos para se relacionar com pessoas que demonstram interesses e identidades semelhantes aos seus.

A influência da internet na construção da autoimagem e da possibilidade que ela traz de ampliar o acesso a outras narrativas de beleza e cuidado aparece aqui quando as mulheres concordam mais que a relação consigo mesmas mudou por causa de conteúdos da internet, e também quando concordam mais do que homens sobre ficarem chateadas se não conseguem os *likes* desejados.

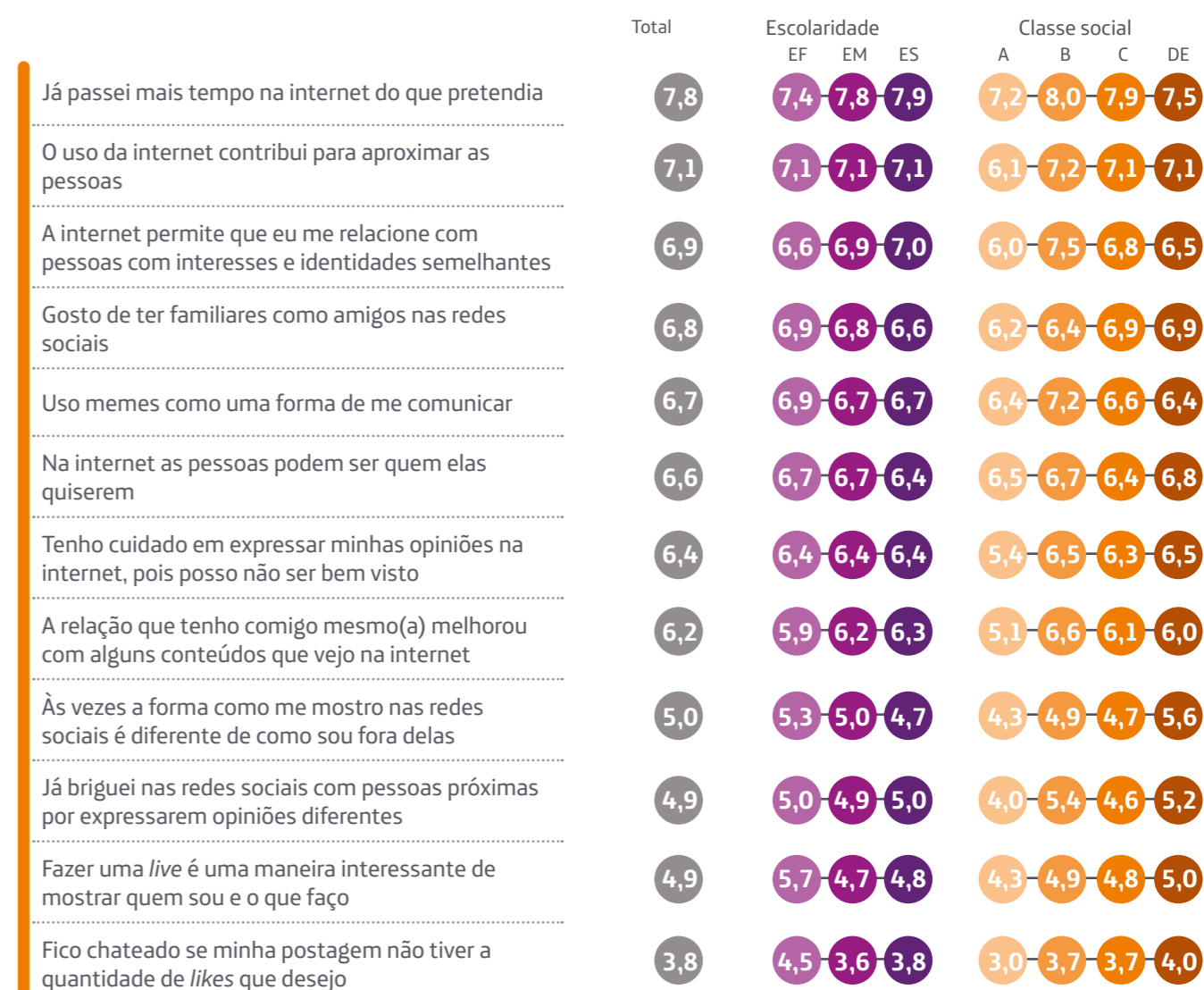
Neste mesmo sentido, os homens se destacam por acreditar que fazer um vídeo ao vivo (uma *live*) é uma maneira interessante de mostrar quem são e o que fazem.

### Tecnologias digitais em práticas e relações para constituir identidades e comportamentos – sexo e idade



Fem. = Feminino | Masc. = Masculino

### Tecnologias digitais em práticas e relações para constituir identidades e comportamentos – escolaridade e classe social



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

Ao compararmos as classes sociais, a classe B é a que deu notas maiores em parte significativa das respostas, mostrando o quanto a internet está presente e tem relevância na sua relação com o mundo. Por sua vez, as classes DE destacam-se entre aquelas que se apresentam nas redes sociais de forma diferente do que são fora do mundo digital. A classe A é a que menos acha que a internet pode aproximar pessoas e a que menos toma cuidado para expressar opiniões na internet. Apesar disso, são os que menos brigaram nas redes sociais com pessoas próximas por expressar opiniões diferentes.

Já quando olhamos os resultados de acordo com a escolaridade, percebemos que há um grande equilíbrio entre as percepções de jovens com diferentes escolaridades, mesmo assim, os que têm o ensino fundamental destacam-se dos demais por parecerem mais sensíveis no caso de sua postagem não ter a quantidade de *likes* que eles gostariam e por acharem que fazer *lives* é uma forma de mostrar quem são.

A forma como jovens, em geral, colocam-se nas redes gerou muitos debates e reflexões. A mais polêmica delas foi em relação àqueles que têm ou interagem com perfis falsos, ou perfis *fake*.

## Perfil fake

Perguntamos aos **jovens consultores** e participantes dos grupos de discussão sobre os motivos que os levam a ter perfil *fake* (falso) nas redes sociais. Eles nos contam que muitos jovens usam esse tipo de perfil para interagir, comportar-se, expressar-se de forma diferente daquela que representa em seu perfil "oficial", estabelecendo relações baseadas no anonimato ou na criação de um personagem.

Às vezes, o que chamamos de perfil *fake* não é tão "fake" assim, pois reforça outras questões daquele indivíduo.

"Quero ser muitos!"

Jovem consultor em oficina de PerguntAção

"Já namorei perfil *fake*, demorou um ano, e eu com perfil *fake* também. Era uma questão de não aceitação e também porque estava na moda."

Jovem consultor em oficina de PerguntAção



### Para que ter um perfil *fake*?

Para "zoar".

Esconder-se, ocultar coisas sobre sua realidade.

Descobrir mentiras ou traições amorosas.

Ser o que gostaria de ser, uma imagem mais fantasiosa e virtual.

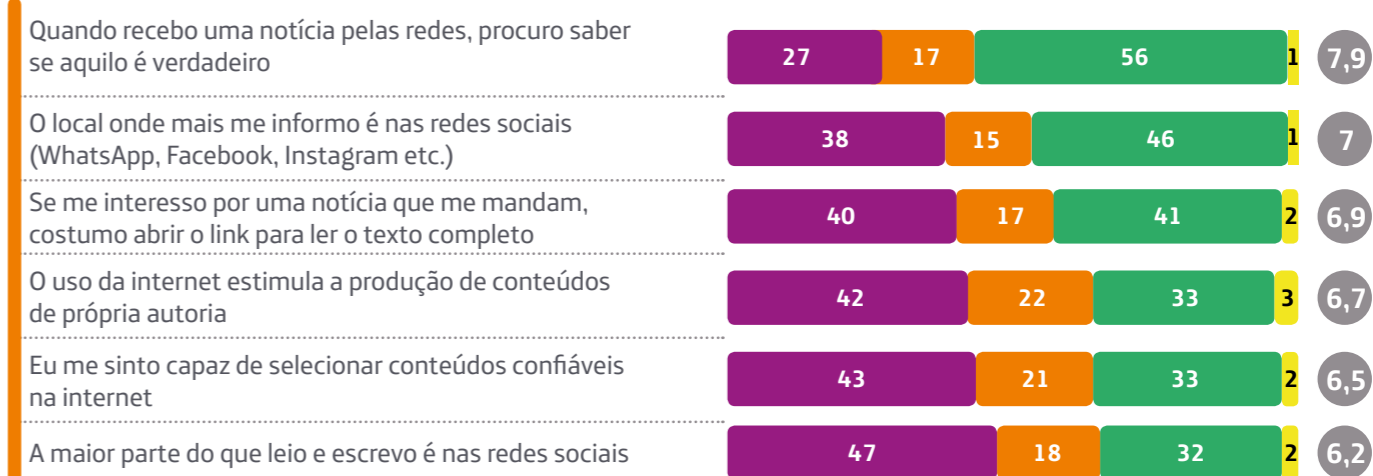
Percebemos que há uma multiplicidade de representações possíveis do "eu" para serem exploradas na internet. Jovens dizem que não se tem um estilo, têm-se vários. E eles podem ser apresentados de formas e em lugares diferentes, de acordo com as circunstâncias e o círculo social em que interessa interagir. Por outro lado, o *fake* também pode ser uma consequência do medo, da insegurança e da agressividade presente nas relações sociais que perpassam as fronteiras do ambiente virtual.

## Confiança e segurança nas redes

Com a circulação e acesso cada vez mais abertos a informações, buscamos entender qual a relação de confiança que jovens estabelecem com conteúdos que chegam até eles, que produzem e compartilham na internet.

### Relação com a informação

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



Para jovens, as redes sociais (Facebook, WhatsApp, Instagram etc.) aparecem como local não apenas para se entreterem, mas também para se informarem. Contudo, a confiança que eles têm sobre informações que circulam na internet é relativa, pois, quando recebem alguma notícia, buscam outras fontes para conferir a veracidade do dado e dizem não se sentir capazes de selecionar conteúdos confiáveis (47%).

## Relação com a informação – sexo e idade

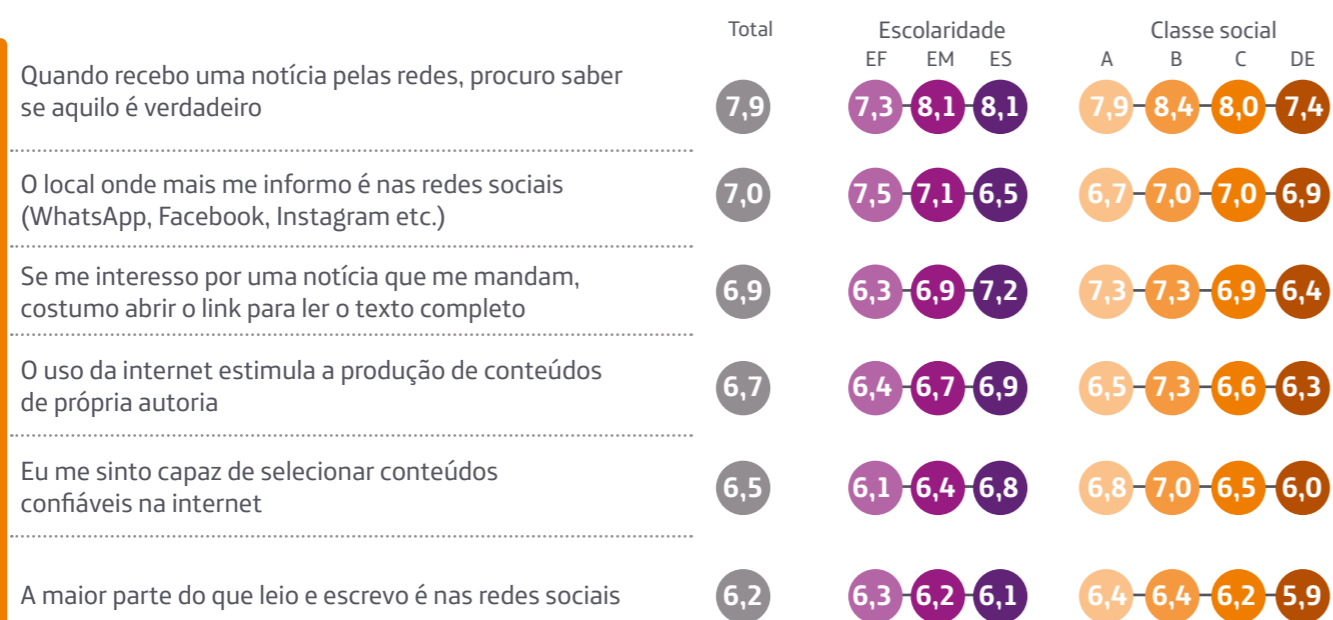


Fem. = Feminino | Masc. = Masculino

Observamos que as respostas são muito parecidas entre as mulheres e os homens e entre as diferentes idades, embora seja possível destacar que mulheres buscam informar-se mais pelas redes sociais, mas clicam mais nos links para lerem o texto completo da notícia.

Vemos a tendência de os mais velhos buscarem saber se aquele conteúdo é verdadeiro e se sentirem mais capazes de fazer essa seleção de informações confiáveis.

## Relação com a informação – escolaridade e classe social



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

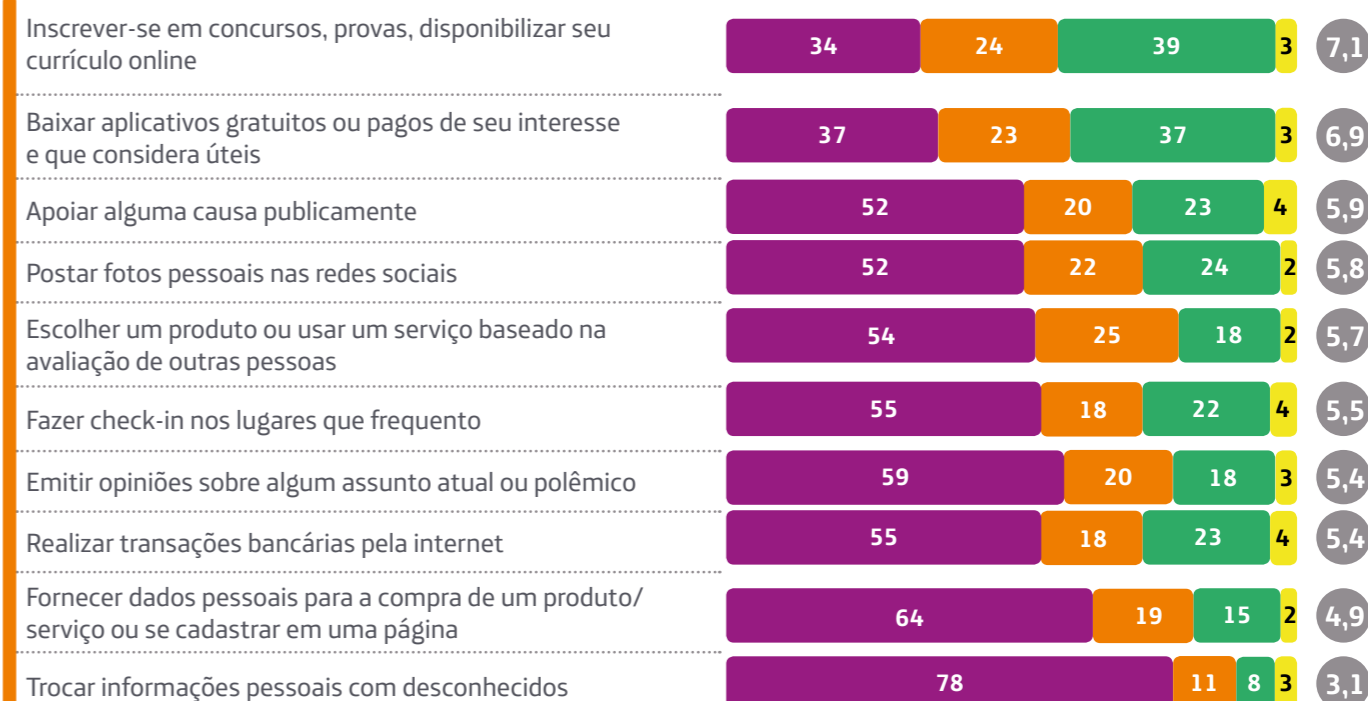
Quanto menor a escolaridade, mais as pessoas se informam pelas redes sociais e menos procuram saber se a notícia é verdadeira. Por outro lado, quanto maior o grau de instrução, mais jovens buscam ler o texto completo, sentem-se mais confiantes para selecionar informações e acreditam que a internet estimula a produção de conteúdos autorais. Como podemos ver, questões relacionadas à informação têm forte influência da escolaridade.

Em linhas gerais, as classes B e C demonstraram maiores notas médias em relação à maioria das questões. A classe B, contudo, mais uma vez demonstra sentir-se mais à vontade para explorar os potenciais da internet e driblar as barreiras.

Além da questão da confiança nas informações que circulam, quais outros receios jovens sentem ao desenvolver determinadas atividades na internet?

Em 2015-2016, o estudo já mostrava que eles têm certa desconfiança sobre o compartilhamento de dados pessoais ou conversa com desconhecidos. O que será que pensam disso hoje? Será que se sentem seguros para fazer tantas atividades no ambiente virtual?

## Segurança na internet



De modo geral, jovens mostram-se pouco confiantes em relação a diversas atividades que podem desenvolver na internet, mesmo que estejam acostumados a estar conectados e interagindo na rede a todo momento. Trocar informações, compartilhar dados e emitir opiniões ainda são temas polêmicos.

Da mesma forma, baixar aplicativos, inscrever-se em concursos, provas e disponibilizar seu currículo online, apesar de apresentarem as melhores notas, não são atividades nas quais jovens demonstram muita segurança. **Jovens consultores**, inclusive, dizem que a única opção para fazer essas atividades, muitas vezes, é online.

“Não é seguro, mas tem que acreditar e fazer.”

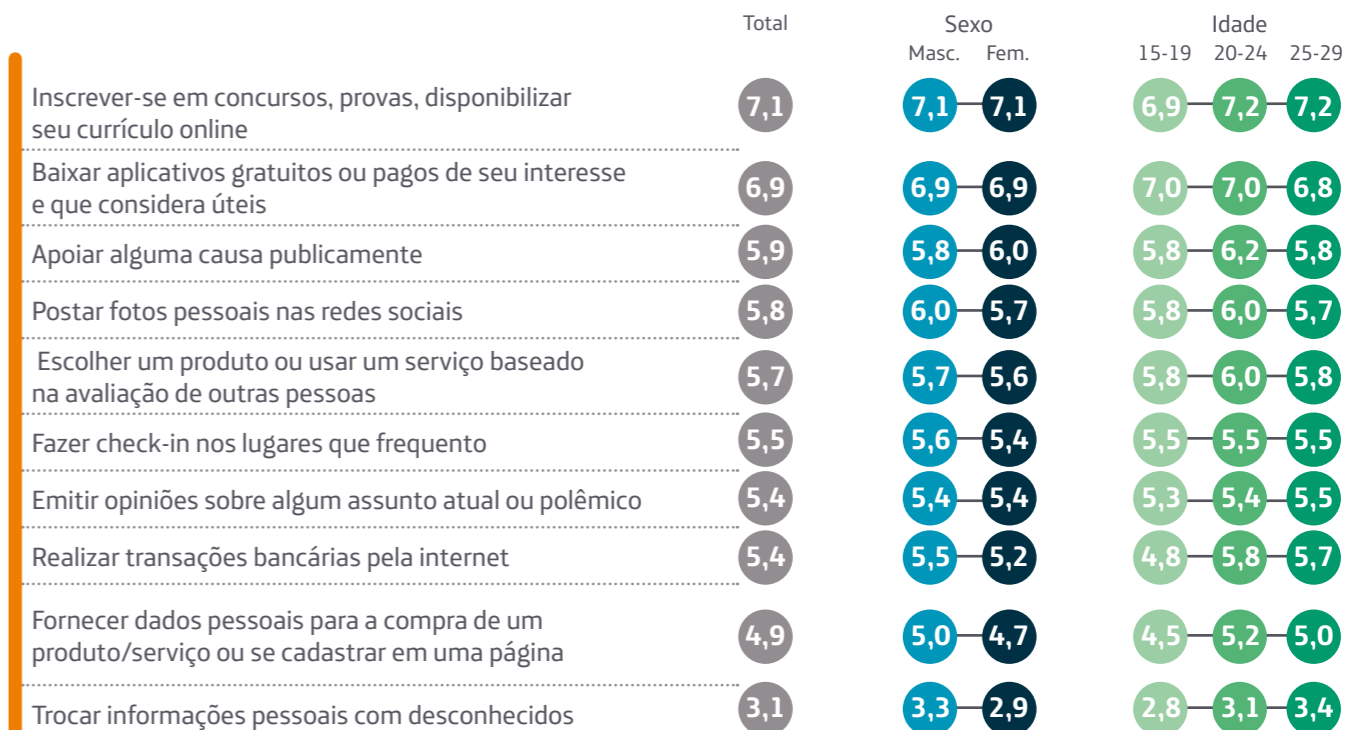
Jovem consultor em oficina de PerguntAção

### Segurança na internet – série histórica



Quando analisamos as evoluções entre a segunda edição e esta, notamos que jovens vêm ganhando mais confiança para fazer cadastro, baixar aplicativos e usar serviços bancários. Por outro lado, percebemos um aumento do sentimento de insegurança nas trocas de informações com pessoas desconhecidas, assim como também se manteve baixa a confiança no fornecimento de dados pessoais para compras online ou cadastros em sites. Interessante notar que, apesar dessa sensação, isso não os impede de realizar essas atividades pela internet.

### Segurança na internet – sexo e idade



Fem. = Feminino | Masc. = Masculino

Em linhas gerais, quando o assunto é segurança na internet, as mulheres mostram-se mais desconfiadas do que os homens.

Já quanto à idade, as notas parecidas demonstram que o recorte por faixa etária não tem influência sobre a sensação de segurança na internet. Ainda assim, como destaque podemos indicar a percepção de maior desconfiança que jovens de 15 a 19 anos têm por trocar informações pessoais com desconhecidos, fornecer dados pessoais e transações bancárias.



## Segurança na internet – escolaridade e classe social

	Total	Escolaridade			Classe social			
		EF	EM	ES	A	B	C	DE
Inscrever-se em concursos, provas, disponibilizar seu currículo online	7,1	6,6	7,0	7,4	7,3	7,7	7,0	6,6
Baixar aplicativos gratuitos ou pagos de seu interesse e que considera úteis	6,9	6,8	6,9	7,0	6,8	7,4	6,9	6,5
Apoiar alguma causa publicamente	5,9	5,6	5,8	6,1	5,4	6,5	5,8	5,4
Postar fotos pessoais nas redes sociais	5,8	5,9	5,7	5,9	5,2	6,3	5,7	5,6
Escolher um produto ou usar um serviço baseado na avaliação de outras pessoas	5,7	5,7	5,6	5,8	5,4	6,0	5,7	5,3
Fazer check-in nos lugares que frequento	5,5	5,4	5,5	5,6	5,0	6,1	5,4	5,1
Emitir opiniões sobre algum assunto atual ou polêmico	5,4	5,3	5,3	5,5	5,4	5,6	5,3	5,4
Realizar transações bancárias pela internet	5,4	5,1	5,1	6,0	4,9	6,0	5,5	4,7
Fornecer dados pessoais para a compra de um produto/serviço ou se cadastrar em uma página	4,9	4,5	4,8	5,2	4,1	5,3	4,9	4,5
Trocar informações pessoais com desconhecidos	3,1	3,4	3,0	3,3	2,7	3,1	3,1	3,3

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

Mais uma vez vemos que a escolaridade influencia na forma como os jovens fazem uso das tecnologias digitais. Aqueles com ensino superior tendem a se sentir mais seguros na internet na maioria das atividades levantadas.

Assim como vemos ao longo do estudo, a classe B apresenta mais apropriação e segurança nas práticas que realiza na internet.



## Peculiaridades regionais

### Região Norte

São os que mais dizem já ter brigado nas redes sociais com pessoas próximas por expressarem opiniões diferentes.



São os que menos acreditam que a internet permite se relacionar com pessoas de interesses e identidades semelhantes aos seus.



### Região Nordeste

São os que mais procuram saber a veracidade de uma notícia que recebem pelas redes.



### Região Centro-Oeste

São os que mais dizem já ter brigado nas redes sociais com pessoas próximas por expressarem opiniões diferentes.



São os que menos se sentem capazes de selecionar conteúdos confiáveis na internet.



### Região Sudeste

São os que menos ficam chateados se a postagem não tiver a quantidade de *likes* que desejam.



### Região Sul

São os que mais sentem que já passaram mais tempo do que pretendiam na internet.



São os que mais acreditam que melhoraram a relação consigo mesmos a partir de alguns conteúdos na internet (sobre cabelo, corpo, sexualidade, identidade etc.).



## Principais aprendizados



Ao longo do capítulo, vimos que a maior parcela de jovens nunca havia refletido de forma mais consistente sobre a formação da sua identidade. Esse processo é visto por eles como uma construção contínua e individualizada, apesar de ser sempre relativa ao outro e ao contexto em que vivem.

Foi interessante perceber a complementariedade entre as experiências online e offline, a permeabilidade entre esses dois ambientes e como algumas dificuldades encontradas nas relações sociais são levadas para o ambiente virtual, gerando estados de ansiedade, agressividade, dependências, competição por popularidade e poder de influência. Ao mesmo tempo, vemos as tecnologias digitais operarem como amplificadores de formas de ser pouco difundidas, dando espaços maiores para jovens se reconhecerem e se identificarem. Isso abriu a possibilidade para a afirmação de identidades até então não valorizadas.

**A maioria acredita que a internet é muito abrangente e isso pode ser uma influência tanto positiva quanto negativa no processo de construção de identidade.**

Observamos que grande parcela de jovens acredita que passam mais tempo na internet do que pretendiam. Para alguns jovens, as redes sociais (Facebook, WhatsApp, Instagram etc.) aparecem como local não apenas para se entreter, mas também para se informar. Porém, a confiança que eles têm sobre o que circula nas redes é relativa, pois não se sentem seguros na internet, em especial para trocas de informações com pessoas desconhecidas, envio de dados e transações em sites.







7



# Comportamento

## Múltiplas conexões, muitas tensões

### Helena Wendel Abramo

Sou socióloga e trabalho há muitos anos com pesquisa e com políticas públicas para jovens. Particpei das lutas de minha geração por educação pública e gratuita para todos e pelo fim da ditadura militar. O tema da minha dissertação de mestrado foram os *punks* e *darks*, grupos juvenis dos anos 1980 em São Paulo, movida pela vontade de entender um estilo de atuação juvenil que aparecia como muito diferente dos antecedentes. Paralelamente, iniciei minha carreira como funcionária pública, ingressando na Secretaria de Cultura da Cidade de São Paulo, mas circulei por outros espaços do poder público, como na Câmara Municipal de São Paulo, na Comissão Especial de Juventude e na Secretaria Nacional de Juventude. Também estive em espaços não governamentais, implementando a área de juventude da ONG Ação Educativa, por exemplo, no início dos anos 1990. Durante essa trajetória, fui participando de pesquisas sobre jovens, com diferentes parceiros, sempre com a preocupação de entender suas demandas e levantar elementos para a formulação de políticas públicas que garantam os seus direitos.

## Múltiplas conexões, muitas tensões

Como se localizam os jovens em uma “sociedade globalizada em rede e imersa na tecnologia digital”? Como seu comportamento pode revelar tendências e padrões que nos ajudem a projetar o futuro? Como contribuir para dar às novas gerações ferramentas para que possam enfrentar os desafios identificados?

A intensa relação das novas gerações com as tecnologias da informação e comunicação, especialmente o uso do celular e da internet, é a matéria principal da série de pesquisas da qual essa publicação faz parte, e os dados levantados têm contribuído para descrever atitudes e posturas assumidas pelos jovens no contexto de profundas e velozes mudanças desencadeadas por aquilo que os teóricos chamam de “revolução da internet”.

Perscrutar as tendências com a perspectiva de prever o futuro, porém, nesse caso, é tarefa mais que difícil, uma vez que a velocidade das inovações tecnológicas e das mudanças produzidas pela sua disseminação é de tal ordem que mal se torna possível compreender o que acabou de acontecer e o que se constitui como presente, sempre cambiante. Como diz um jovem sobre a preferência atual pelo WhatsApp e o Instagram, detectada na pesquisa: *mas isso é hoje! há pouco tempo era o Facebook; amanhã já pode ser outra coisa!*

Nesse sentido, mais interessante do que buscar visualizar o futuro da sociedade no comportamento dos jovens de hoje talvez seja tentar compreender que questões os jovens estão levantando sobre esse presente, na conjuntura social que lhes está sendo dada viver, em constante e crescente relação com as tecnologias digitais. Como nos ensina Mannheim (1952), novas gerações trazem problematizações à sociedade quando os valores e referências recebidos são confrontados por sua experiência histórica singular, marcada por mudanças sociais impactantes<sup>1</sup>.

É este autor também que nos lembra que as questões significativas que uma geração levanta na sua juventude são comuns porque indicam experiências partilhadas do seu processo de desenvolvimento no interior de uma mesma conjuntura histórica, mas as respostas dadas a essas questões, e o modo de enfrentá-las, podem ser muito diferenciados. Por isso, é preciso, sempre, evitar a idealização e/ou generalização “da juventude”; é desse modo também que devemos ler os resultados desta pesquisa, entendendo que os jovens, frente a questões comuns, manifestam percepções e atitudes diversas, raramente consensuais.



<sup>1</sup> O entendimento de que jovens que experienciam os mesmos problemas históricos concretos fazem parte da mesma geração foi tema desenvolvido por Karl Mannheim, sociólogo húngaro, nas décadas de 20 a 50 do século XX, e até hoje orienta os estudos sociológicos sobre juventude.

## Juventudes conectadas: uma geração singular?

A intensa relação com as TICs e especialmente com a internet e o celular constitui uma das principais experiências diferenciadoras dessa geração de jovens em relação às precedentes. Não apenas porque usem mais intensamente e com mais desenvoltura as novas tecnologias, mas porque são “nativos digitais” e viveram seus processos de socialização e aprendizado, em maior ou menor medida, com a presença desses instrumentos mediando sua relação com o mundo.

Analistas defendem que a profundidade das mudanças é de tal ordem que produz impactos não apenas na forma de se comportar e se relacionar socialmente, mas com as próprias formas de pensar, sentir e agir. Neurocientistas aventam a possibilidade de que essa relação produza modificações neurológicas, com o desenvolvimento de mentes hipertextuais e estruturas cognitivas paralelas. Educadores se debruçam sobre os impactos gerados no modo de aprender das crianças e os sociólogos se interrogam sobre os efeitos possíveis no modo de os jovens se relacionarem produtivamente e desenvolverem sua participação cívica e política a partir dessas novas estruturas.

A pesquisa que aqui se apresenta compôs sua mostra apenas entre os jovens que têm acesso à internet. Os dados mais recentes do IBGE (2018) nos informam que, em 2017, cerca de 88% dos jovens residentes no Brasil estavam conectados (na população em geral, acima de 10 anos de idade, eram 70%). E estes ficam conectados quase o tempo todo, por meio da telefonia móvel, dos celulares. Como diz um dos jovens que participou dos grupos de discussão, só não estão online quando estão dormindo ou quando acaba a bateria. No espaço de cinco anos, entre a primeira edição (2013-2014) e esta (2018-2019), o uso do celular para acessar a internet pulou de 70% para 98% e de principal instrumento para isso de 40% para 91%, ao passo que os computadores (de mesa ou portáteis) são usados hoje, cada um desses tipos, por menos de metade dos jovens (36% e 41%, respectivamente).

Contudo, aqui é preciso fazer dois alertas: o primeiro é o de que a intensidade da relação com as tecnologias de ponta e a democratização do acesso à internet não são igualmente vividos por todos os jovens no território nacional, espacial e sociologicamente falando. Muitas desigualdades persistem, principalmente em função da renda e local de moradia, e outras ainda se repõem, como aquelas que estruturam desiguais possibilidades de uso da internet em função da qualidade das ferramentas e das conexões a que se tem acesso. Nesse sentido não podemos deixar de observar as diferenças que advêm dos vários marcadores econômicos, sociais e culturais que estruturam experiências distintas no interior do segmento juvenil<sup>2</sup>.

<sup>2</sup>A pesquisa do IBGE mostra que ainda existe grande disparidade regional no Brasil em relação ao uso da internet, que se soma à disparidade entre meio urbano e rural. Além disso, há desigualdades dentro do meio urbano, como aponta Fabio Malini: as periferias das cidades sofrem também de certo tipo de segregação de banda, do ponto de vista de internet, que tem a ver com o fato de que parte da banda larga proporcionada do ponto de vista do consumo é ofertada a regiões centrais, regiões de mercado de consumo elevado. Então, há uma dívida que passa pela infraestrutura tecnológica excludente que nós temos, tanto de um ponto de vista litoral x interior, como do ponto de vista das regiões centrais da cidade para com as periferias. (<http://www.ihuonline.unisinos.br/artigo/6806-internet-e-uma-maquina-que-potencializa-minorias>)

O segundo alerta é a necessidade de considerar que a relação com as novas tecnologias e a intensa presença da internet na vida dos jovens não é o único elemento que marca a experiência geracional desses jovens e que afeta o modo como se sentem, definem-se e se comportam na conjuntura atual. Há outras experiências que são igualmente significativas para essa geração no Brasil, como a maior escolarização, a vigência de novos parâmetros para o exercício da cidadania, a valorização da diversidade e o alargamento da vida democrática.

O aprofundamento da relação com a escola é percebido não só pelo aumento do grau de formação (dada pelos anos de estudo) alcançado por essa geração em relação às precedentes, mas pela importância da experiência escolar como um todo, que se traduz na incorporação da valorização e das aspirações ao grau médio e superior, em camadas sociais que antes não tinham acesso (ou tinham apenas marginalmente) a esses níveis de ensino.

Na década de 1990, menos de um quarto dos jovens de 15 a 17 anos frequentava a etapa de ensino indicada para sua idade e, atualmente, essa parcela subiu para mais de dois terços: em 1995, os adolescentes entre 15 e 17 anos matriculados no ensino médio representavam pouco mais de 20% dessa faixa etária; em 2005, 50% e, em 2017, quase 70% (IBGE SIS: 2018). O acesso ao ensino superior, ainda mais restrito, mesmo assim conheceu uma notável ampliação nesse período: segundo o acompanhamento das metas do Plano Nacional de Educação, usando dados do INEP, a parcela de jovens entre 18 e 24 anos matriculados no ensino superior subiu de 9%, em 2001, para 18% em 2015, chegando a 25% em 2018, segundo o IBGE (2018). Trata-se, ainda, evidentemente, de uma experiência vivida concretamente por uma pequena parcela da população juvenil brasileira, insuficiente diante da demanda; mas a rápida expansão e a democratização do acesso, abarcando setores sociais que antes apenas raramente chegavam a esse nível de formação, introduz a experiência da vida universitária no seio das camadas populares e dissemina sua possibilidade como aspiração e projeto, assim como a consciência de que essa é uma conquista dessa geração. Não por acaso, a frase “sou o primeiro da minha família a entrar na universidade” virou uma reiterada apresentação de si entre os jovens universitários das camadas populares.

Essa também é uma geração que iniciou sua vida cívica aproveitando o mais longo período democrático da história do país; os que são jovens hoje puderam votar, desde os 16 anos, para todas as instâncias de representação, nos âmbitos municipal, estadual e nacional, puderam usar da liberdade de expressão e participação, experiência que não foi a mesma para as gerações que os precederam. É também a geração que colhe os primeiros frutos do alargamento dos direitos sociais e culturais oriundos da Constituinte Cidadã (1988) e que participa dos embates pelo alargamento do reconhecimento das diferenças e do combate às desigualdades.

Escola, internet, diversidade e democracia são elementos que se cruzam na experiência geracional dos jovens no Brasil de hoje e, como veremos, constituem matéria e cenário para os delineamentos das identidades e comportamentos que constroem no presente.

## Comportamento e identidade

A pesquisa Juventudes e Conexões tem, desde a primeira edição, o objetivo de compreender o comportamento dos jovens na sua relação com a internet e as tecnologias digitais. Contudo, para esta edição, **especialistas** e estudiosos apontaram a importância de examinar, paralelamente, os temas dos valores e da identidade, para ampliar a abordagem.

A questão recebe tratamentos diversos segundo as áreas e arcabouços teóricos distintos no campo acadêmico (sociologia, antropologia, psicologia e psicanálise), mas para os fins desse estudo vamos usar a definição mais próxima do senso comum, que trata a identidade como conjunto de atributos específicos do indivíduo (principalmente como resultado do processo de individuação do sujeito em relação à família) ou como características que indicam o pertencimento a grupos ou categorias nas quais a sociedade se divide, ou diferencia. Esse é o sentido que os jovens usam ao falar sobre o tema, como veremos mais adiante.

Os jovens dos grupos de discussão sentem dificuldade de falar sobre o tema no primeiro momento e afirmam que não “param para pensar sobre isso”. Mas, quando a conversa segue, assinalam aquilo que a pesquisa quantitativa também deixa entrever: que os jovens estão, em muitas de suas atividades e pensamentos, defrontando-se com a definição de suas identidades, que aparece como um processo que envolve buscas, reflexão e escolha de construção da personalidade, de um estilo de comportamento expresso pelas atitudes, ações e pela forma como se relacionam com outras pessoas. Entendem também que esse é um processo longo, interminável, que não cessa instantaneamente quando se deixa de ser jovem, mas que é muito intenso nesse período. Ressaltam a importância do autoconhecimento e a autenticidade como um valor para essa construção.

Embora acentuem a dimensão da individualidade, sabem que a identidade pessoal é também social e se faz no mundo e para o mundo: construída de forma relacional, envolve a forma como a pessoa se vê na sociedade e como é vista por diferentes grupos com quem se relaciona. Está implicada não apenas nas características de personalidade, mas nas atitudes e posição que toma, nos locais que circula e nos grupos aos quais pertence pelo seu nascimento e história de vida e aos quais escolhe vincular-se.



## O que me importa

Veja os dados completos nos gráficos de Referências e habilidades do capítulo 5, página 69.

Os gráficos que apresentam os elementos que os jovens percebem como sendo importantes para se “decidir quem se quer ser” permitem concluir que as principais referências dos jovens entrevistados vêm de organizações e pessoas com quem convivem em suas escolas, no trabalho, na família, nos grupos de amigos, em atividades culturais, de sociabilidade e espaços públicos. Instrumentos de estudo, comunicação e cultura, virtuais ou não, também têm peso no processo de construção da identidade e na conformação do comportamento, principalmente porque fornecem informação e ajudam a reflexão, mais do que pautam e inspiram modelos.

O resultado mais notável é a constatação de que a escola constitui a principal referência, na percepção dos próprios jovens nas dimensões da educação, do empreendedorismo, da participação social e do comportamento. Os outros itens são citados por um quarto ou menos dos jovens entrevistados. Em um patamar bem abaixo da escola, mas em segundo lugar, vêm os espaços e atividades culturais (21%), as organizações e projetos sociais (19%), os grupos e coletivos sociais, culturais ou políticos (19%). As mídias e os meios de comunicação diversos são mencionados por apenas 16%; as igrejas e espaços religiosos por uma parcela menor ainda, 12%. Cabe notar, porém, que o dado aqui apresentado não indica que os jovens estejam dizendo que esses outros elementos não têm influência em suas vidas, mas sim que os jovens não os percebem como um dos espaços mais importantes para a formação de sua identidade.

A importância da escola, das experiências ali vividas, das relações sociais ali construídas e das referências processadas a partir dela, para todos os âmbitos da vida, aparece também quando os jovens elegem os professores como figuras centrais para decidir quem querem ser, rivalizando com a família e parentes. Surpreendentemente, o livro didático é visto como a mais importante fonte de referência não só para aprender, mas também para se decidir o que se quer ser. Isso não quer dizer, evidentemente, que os jovens não tenham críticas à escola, à sua qualidade, às suas precariedades, às suas metodologias, à sua estrutura organizacional. Mas eles a reconhecem como um espaço fundamental de suas vidas e valorizam essa experiência.

A educação mostra-se para essa geração como um dos principais ganhos a defender. Na pesquisa *Agenda Juventude Brasil*, a possibilidade de estudar aparecia, para os jovens de 15 a 29 anos entrevistados em 2013, como o que há de “mais positivo no Brasil”: “entre seis alternativas oferecidas, 26% a apontam em 1º lugar e 62% entre os três primeiros lugares.” (FREITAS: 2016). Essa importância também esteve expressa nos inúmeros movimentos, manifestações e ocupações protagonizadas por estudantes de diferentes níveis de ensino em defesa da educação pública.

A família e os parentes têm lugar central quando perguntamos sobre valores éticos e os recursos que os jovens acionam para construir sua posição no mundo<sup>3</sup>. Podemos, assim, vislumbrar a força da relação intergeracional e anotar que os adultos se mantêm como referências significativas para a maioria deles,

pondo em questão teorias que advogam a existência de um *gap* de tal ordem que esteja em curso uma ruptura geracional de valores e visões de mundo. Há conflitos e questionamentos, os jovens demandam autonomia e não aceitam passivamente padrões impostos, mas isso não significa que os adultos deixem de ser referências importantes, na visão dos próprios jovens.

Os amigos e colegas são considerados referências fundamentais por cerca de um quinto dos entrevistados. Próxima a essa categoria, e também próxima na porcentagem, é a parcela de jovens que assinala as redes sociais como fonte importante para as suas definições de identidade e comportamento: 17%. Isso significa que há um contingente não desprezível que se baliza principalmente por companheiros de geração, amigos ou parceiros de grupos e coletivos. Do mesmo modo, pode ser observada a importância do campo cultural para a formação de referências de uma parcela significativa de jovens: 28% citam a frequência a espaços culturais (como bibliotecas, saraus etc.) e 21% a fruição de produtos culturais (como livros, filmes, espetáculos) como o mais importante para a formação de suas identidades.

“A construção da própria identidade desperta no jovem a necessidade de refletir sobre si e sobre como a sociedade o vê, especialmente quando é uma identidade que não é aceita pela sociedade; a entrada num coletivo cultural acrescenta para a construção da identidade do jovem. Por outro lado, sua busca por grupos nos quais seja ouvido e aos quais se sinta pertencente pode motivar a se integrar a coletivos e estimular sua ação cultural e participação social.”

Gil Marçal, Instituto Criar de TV

Lideranças e personalidades de contato não direto, como líderes religiosos, políticos ou artistas famosos, são os mais importantes para pequenas parcelas de jovens, menores que 10%. Cabe reparar que “*YouTubers*”, que são hoje pensados como importantes sinalizadores de comportamento dos jovens, autointitulando-se, inclusive, *digital influencers*, são apenas em pequena escala reconhecidos como tais pelos jovens, na mesmíssima escala de lideranças políticas (9%). Os participantes dos grupos de discussão, inclusive, ironizam aqueles que “seguem” *YouTubers*, associando essa prática a uma infantilização, circunscrita aos adolescentes.

Um fato que chama a atenção é o número relativamente alto de citações a categorias de profissionais de escuta e apoio, como “psicólogos, terapeutas e assistentes sociais”, mencionados por 16% dos jovens como pessoas mais importantes para se decidir quem se quer ser. Essa informação carece de mais investigações para poder engendrar explicações, mas se pode levantar uma pista

<sup>3</sup>Sabemos, por outras pesquisas, que a principal figura de referência é a mãe, como na pesquisa *Agenda Juventude Brasil*. Ver Abramo, Helena, in Novaes et al (org.) - *Agenda Juventude Brasil: leituras sobre uma década de mudanças*, UNIRIO, 2016.

aqui, relacionada à complexidade e às dificuldades existentes no processo de construção identitária e com a entrada no mundo adulto, com toda a gama de carências, obstáculos, dores e sofrimentos possíveis de se interporem nesse processo e que os jovens assinalam em outros trechos dessa pesquisa: angústia, ansiedade, constrangimentos sociais, isolamento, desemprego, inadequação. Esse dado mostra que uma parcela significativa dos jovens já precisou dos serviços e apoio desses profissionais ou, pelo menos, revela uma demanda nesse sentido.

No conjunto dos gráficos, vemos que os itens relacionados à internet não têm, nenhum deles, isoladamente, grandes parcelas de jovens reconhecendo sua importância para as definições identitárias. Mas também não estão ausentes, pelo contrário, aparecem com certa força entre as fontes ou referências de conteúdos para conhecer ou se aprofundar no tema: os sites são citados por 29% dos jovens, uma proporção parecida com a parcela que indica livros, filmes e outros produtos culturais (28%). Juntando com outras parcelas que citam vídeos do *YouTube*, as redes sociais e a mídia em geral, podemos dizer que, na afirmação dos próprios jovens, a internet também é espaço de vivência e fonte de referências que usam para suas construções identitárias, mas ainda não um espaço privilegiado a ponto de superar outros, mais importantes, como a escola, a família e os grupos de vivências presenciais.

## O que é preciso

Quais são as habilidades mais importantes para se decidir quem se quer ser? As respostas dos jovens entrevistados a essa questão mostram a necessidade de uma série de competências para fazer essa difícil construção. As que são citadas pelas maiores parcelas de jovens são a “vontade de aprender sempre” e “a capacidade de tomar decisão”, ambas mencionadas por um quarto dos entrevistados (25%); “pensamento crítico” e “curiosidade e interesse intelectual”, por 22% cada uma; e “criatividade”, por mais 21%. A valorização dessas habilidades reforça a ideia de que os jovens entendem que, para a definição de suas identidades e posição no mundo, é necessário um trabalho de prospecção, reflexão e escolha, pois não há padrão natural nem único a seguir.

Uma ilação possível de ser feita é a de que essa geração, em alguma medida, incorporou a importância de manter a curiosidade intelectual e a disposição de aprendizado permanente; a postura crítica e a capacidade de tomar decisões por si próprios, e não apenas a reprodução de saberes e padrões predeterminados. Aqui é preciso alertar que os resultados dessa pesquisa não permitem verificar se os jovens têm, de fato, essas habilidades e, se as têm, usam-nas preferencialmente nos seus processos de definições de identidade e posicionamento. Mas importa, aqui, ressaltar que, ao conferir importância a esses atributos, valorizam-nos e, provavelmente, de algum modo, persigam-nos.

## Os usos e o impacto da internet: para o bem e para o mal

O uso da internet em todas as atividades cotidianas, desde o início de suas vidas e cada vez com maior intensidade, produz evidentemente muitos impactos no comportamento dos jovens, como já percebido por todos os analistas que se dedicam a refletir sobre esse tema. E os jovens, eles mesmos, também sabem disso. Eles têm plena consciência de que a internet e os aparelhos que a ela lhes dão acesso tornaram-se elementos centrais em suas vidas. Expressam isso apontando o quanto não conseguem “viver sem o celular” ou dizendo que “minha segunda vida é o telefone”. Os sentidos e os efeitos de tal intensidade e centralidade são, contudo, percebidos de forma ambígua.

A percepção sobre os aspectos positivos da internet é bastante alta, principalmente com relação às possibilidades de ampliação das relações pessoais e à abertura de espaços de experimentação para as construções identitárias, conforme podemos ver no gráfico “Percepções e Atitudes”.

Na pesquisa quantitativa, vemos os jovens assinalarem a concordância com uma série de frases que apontam essa positividade. A afirmação de que “o uso da internet contribui para aproximar as pessoas” foi avaliada com uma nota acima de 7 por mais de metade dos jovens (62%), reforçando o espaço virtual como um campo de interação social, sentido semelhante ao atribuído por quase 6 em cada 10 jovens entrevistados (59%), que concordam muito ou totalmente com a seguinte frase: “a internet permite que eu me relacione com pessoas com interesses e identidades semelhantes”.

A mesma proporção de entrevistados (59%) concorda com a afirmação de que: “na internet as pessoas podem ser quem elas quiserem”, o que sugere um espaço de liberdade e experimentação acerca da própria identidade. A prática de criar perfis falsos nas redes sociais (cerca de 40% dos entrevistados concorda que “às vezes a forma como me mostro nas redes sociais é diferente de como sou fora delas”) pode ter esse mesmo sentido de inventar personas para explorar outras possibilidades de relações sociais. A internet daria uma espécie de moratória para a experimentação de “rascunhos” de identificações e posicionamentos, a possibilidade de explorar seus efeitos e consequências, antes de se escolher uma face pública mais consistente.

Ainda na linha da dimensão positiva que a internet tem na construção/assunção da identidade dos jovens, está a concordância de parcela dos entrevistados com a frase “a relação que tenho comigo mesmo(a) melhorou com alguns conteúdos que vejo na internet”, que recebe uma nota média de 6,2: ainda que não seja a maioria, expressiva porcentagem de 49% concorda total ou muito com essa frase, revelando que, para um em cada dois jovens, o acesso a conteúdos veiculados pela internet ajudou na sua compreensão ou aceitação de si.

Os jovens dos grupos de discussão assinalam que a internet permite “acesso a conteúdos diversos que quebram paradigmas e preconceitos”, ao propiciar contato com referências com as quais não teriam em outros espaços, ao possibilitar conhecimento de novos tipos de músicas, culturas, estilos, *hobbies* e, principalmente, ao dar legitimidade a discussões sobre padrões de beleza, cultura negra, gênero, raça, crença, sexualidade, classes sociais etc.

“Para mim influenciou bastante a questão da negritude, de padrão de beleza me influenciou muito, eu cresci em uma família branca e eu não me identificava, eu era meio que o patinho feio e acompanhando algumas blogueiras eu passei a me identificar muito mais.”

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

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

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

A percepção positiva da influência da internet em suas vidas, contudo, vem caindo ao longo das três edições da pesquisa: a nota dada à frase “o uso da internet contribui para aproximar as pessoas”, que foi 7,1 em 2018, havia sido 7,9 em 2013; a nota dada à frase “a internet permite que eu me relacione com pessoas com interesses e identidades semelhantes aos meus” foi de 7,3 em 2015 e caiu para 6,9 em 2018.

Apesar do entusiasmo com as facilidades e a mobilidade possíveis pelo celular e a internet e de se orgulhar da facilidade com que se movem nesse mundo e em cada novo território aberto nas suas fronteiras, esses jovens também têm consciência, de forma muito aguda, de uma série de problemas e dilemas que os atravessam. Pode-se mesmo dizer que a principal novidade dessa edição da pesquisa é a extensão da percepção das dimensões negativas e de zonas de sofrimento criadas ou aumentadas pelo uso da internet.

Cresceu a porcentagem de jovens que concorda com a frase que acusa uma preocupação com o excesso de tempo passado no espaço virtual: “já passei mais tempo na internet do que pretendia” recebe a nota mais alta do ranking em 2018, 7,8 (em 2015, quando foi introduzida na pesquisa, também havia recebido uma nota alta, 7,5, mas menos do que foi registrado agora). Outra dimensão negativa que recebe uma nota de concordância da maioria dos jovens entrevistados é “tenho cuidado em expressar minhas opiniões na internet, pois posso não ser bem visto”: com uma nota média de 6,4, isso significa que mais da metade dos jovens entrevistados (53%) expressa um medo do constrangimento ou controle social que a opinião expressa na internet possa produzir sobre sua pessoa.

A preocupação com as dimensões negativas da internet não é nova, mas parece ter crescido, e não pode mais ser atribuída apenas a um pânico moral

dos adultos com relação a comportamentos desviantes dos jovens ou a algum tipo de contaminação com uma espécie de preconceito geracional da “geração passada” contra o “novo mundo da internet”.

Atentos a esses sinais, os organizadores da pesquisa buscaram, nessa edição, entender um pouco mais quais seriam os problemas que mais sensibilizam os jovens dessa geração. Os resultados são surpreendentes na veemência com que os entrevistados manifestam uma percepção de que a internet pode estar contribuindo para a instalação ou aumento de experiências de sofrimento, como o isolamento e a ansiedade, a prática de *bullying* e uma exposição negativa da intimidade.

Vemos que, para todos os problemas levantados, expressiva maioria dos jovens afirma que a internet exerce influência negativa, ou seja, considera que a internet aumenta os problemas citados. Com relação à exposição da intimidade e à prática de *bullying*, o entendimento de que há uma interferência da internet, para pior, é manifestada por 2 em cada 3 jovens.

É preciso acrescentar que, além desses itens diretamente questionados, ao longo de toda a pesquisa apareceram outros aspectos negativos relativos ao uso da internet ou que produzem tensões entre os jovens, como a dificuldade de checar a veracidade das informações, o medo de ser controlado pelos novos mecanismos tecnológicos ou de sofrer constrangimentos pelas redes sociais.

Uma das manifestações espontâneas, surgidas nos grupos de discussão, é a dificuldade de “se desligar” da internet: alguns jovens declaram que a relação com a internet se tornou um “vício” e se dizem dependentes do celular. Os sentimentos que relatam ao ficar sem o celular traduzem essa sensação de dependência e também indicam sua relação com os problemas de ansiedade e isolamento manifestados acima; as palavras destacadas nos grupos de discussão são: desespero, agonia, angústia, ansiedade; tristeza, decepção; sensação de estar perdendo algo, estar desatualizado; sentir-se sozinho, excluído; “parece que arrancaram uma parte da gente”.

Esse tema tem sido, na verdade, um dos assuntos de grande preocupação na área da saúde; médicos, psicólogos e psiquiatras debatem, mas ainda sem nenhum consenso, a catalogação da adição à internet como um problema de saúde e a busca por modos de tratamento. Muitos profissionais alertam, contudo, para os perigos de uma “patologização” apressada e para a necessidade de distinguir em que medida as novas tecnologias podem ser identificadas como causadoras desses distúrbios, ou se estão atuando para aumentar e aprofundar problemas originados de outras causas.

De todo modo, os sofrimentos emocionais e psíquicos amplificados pelas novas formas de “atestados” de sociabilidade, prazer e felicidade conferidos pelas redes sociais, quantificáveis em registros da presença em eventos e lugares desejados, pelas curtidas que se recebe pelas postagens, que podem, ao contrário das anunciadas promessas de ampliação de sociabilidade e conexão, aumentar a sensação de isolamento e deslocamento, já estão sendo percebidos e estudados por psicanalistas como uma das novas formas de sofrimento mais expressivas do nosso tempo<sup>4</sup>.

Veja os dados completos no gráfico Avaliação da influência da internet no comportamento, capítulo 6, página 90.

<sup>4</sup>Ver, por exemplo, Maria Rita Khel [https://www.sescsp.org.br/online/artigo/10780\\_NO+DIVA+COM+MARIA+RITA+KEHL](https://www.sescsp.org.br/online/artigo/10780_NO+DIVA+COM+MARIA+RITA+KEHL)

Os medos relacionados à exposição da intimidade também podem estar ligados à percepção dos riscos envolvidos, que, crescentemente, têm ocupado os noticiários e que podem ir de pequenos constrangimentos sociais como a simples “zoeira” e gozação a casos de *bullying*, ou ainda a situações de assédio e de agressões que podem se converter em crimes de racismo, homofobia, violência contra a mulher. O desconforto dos jovens pode ser derivado de suas próprias experiências, ou de amigos e conhecidos, mas também da exposição de problemas de ordem semelhante vividos por personalidades nas redes sociais, amplificados pela exposição nos mais variados meios de comunicação<sup>5</sup>.

O impulso de exposição da própria imagem e opinião nas redes sociais e espaços de interação cibernética e, ao mesmo tempo, o receio de produção de consequências negativas geradas por constrangimentos, controles e agressões traduzem uma das maiores tensões vividas por essa geração: beneficiários de um clima de afirmação de direitos e aumento da valorização da diversidade, conquistada pela luta de movimentos sociais e traduzida em políticas e serviços, os jovens dessa geração aproveitam o clima de liberdade e positividade para “assumir sua própria identidade”, para se aceitar nas suas singularidades e diferenças, para “decidir quem querem ser”, explorar novas possibilidades de se colocar no mundo e se posicionar frente a tais diferenças.

Contudo, essa mudança fundamental de valores ainda está em curso, e muitos setores da sociedade e muitas de suas instituições ainda não operam segundo a nova ética, fazendo persistir altos índices de preconceito e violência, sendo os jovens, na maior parte das vezes, as principais vítimas de racismo, machismo e homofobia. O número de jovens vitimados por homicídios no Brasil é altíssimo, semelhante ao de um país em guerra; infelizmente, esse é outro fenômeno que marca a experiência dessa geração, atingindo principalmente os jovens negros e pobres, moradores das periferias, a ponto de gerar a impressão da ocorrência de um “extermínio da juventude negra”, como têm denunciado muitos.

Como aponta Recuero (2017), refletindo sobre o papel dos espaços de debate na internet e a violência contra minorias, em especial a violência contra as mulheres:

“Há uma associação entre as redes sociais na internet e um novo tipo de esfera pública que constitui e reverbera discursos. As pessoas discutem, comentam, apontam elementos sobre o que acreditam ou não nos sites de rede social, talvez, até mesmo, com menos escrúpulos do que nesses debates e discussões presenciais. (...) Ao mesmo tempo, também observamos, desde 2014, uma polarização nos debates políticos na mídia social, um acirramento e radicalização dos discursos políticos. (...) E penso que na base da violência contra as mulheres (e minorias) está esse discurso. Por isso, quando podemos observá-lo, podemos compreender as raízes da violência física, que é apenas um dos vários tipos de violência. A violência simbólica, assim, a violência do discurso, é fundamental para que compreendamos como a violência física aparece e como se correlacionam.”

<sup>5</sup> Na última década, no Brasil, foram noticiados diversos casos envolvendo violações aos direitos da personalidade por meio de perfis falsos, descrições difamatórias e a exposição não consensual de vídeos e informações pessoais, em locais como redes sociais, aplicativos para celular ou plataformas que permitem compartilhar conteúdos variados. (TEFFÉ: 2015)

## Relação com a informação: é verdade esse bilhete?

A velocidade, mas também a qualidade e veracidade da informação, é um dos aspectos que mais tem impactado as sociedades contemporâneas como um todo, e os jovens, como sempre, estão na vanguarda dos novos hábitos: cada vez mais a informação é absorvida e retransmitida por meio das redes sociais. Os jovens entrevistados, em 2018, responderam majoritariamente que “o local onde mais me informo é nas redes sociais (WhatsApp, Facebook, Instagram etc.)”, expressando grande concordância com essa frase ao atribuir nota 7,0.

Veja os dados completos no gráfico Relação com a informação, no capítulo 6, página 101.

Aqui, contudo, é preciso balizar melhor esse dado: os meios pelos quais a informação circula são as redes sociais, mas a principal fonte produtora da informação é ainda a chamada “grande imprensa”.

O que ocorre, nesse processo, é que a informação chega fragmentada, na maior parte das vezes apenas pelas manchetes, muitas vezes descontextualizada e, por vezes, distorcida. Há também a interferência do comentário que induz a certas interpretações da informação, produzidas por quem a posta nas redes sociais, o blogueiro, a personalidade que os jovens seguem no Facebook, no WhatsApp ou no Instagram, reenviada por amigos, parentes, conhecidos.

Um problema já identificado por muitos analistas e também pelos próprios jovens é que, por um lado, a internet amplia as possibilidades de informação e, por outro, tende a circunscrever os espaços de circulação dos internautas dentro de *clusters* ou bolhas de interesse. Como demonstraram no estudo qualitativo, muitos sabem que o algoritmo mostra a eles apenas o que concordam.

Esse é um dilema que se tem colocado para essa geração; a possibilidade de identificar interesses compartilhados na internet aprofunda os laços identitários e ajuda os jovens a “encontrarem sua turma”, mas também produz um sentimento de estreitamento do mundo público e uma espécie de confinamento ideológico. Na pesquisa qualitativa, foi possível perceber um incômodo com o fato de “viver na bolha”.

Outro problema identificado remete à veracidade e confiabilidade das informações que circulam na rede. Não por acaso, o tema das *fake news* e seu efeito na estruturação das relações sociais e políticas condensam a maior parte das preocupações.

Na pesquisa qualitativa, eles dizem que “as *fake news* estão em massa nas publicações das redes sociais”; na pesquisa quantitativa, a desconfiança de que a informação recebida pode estar falseada se evidencia com o alto grau de concordância com a frase “quando recebo uma notícia pelas redes, procuro saber se aquilo é verdadeiro”; na lista de frases apresentadas para checar a relação dos jovens com a questão da informação via internet, essa é a que mais desperta concordância no conjunto de afirmações relacionadas à informação na internet, recebendo nota 7,9<sup>6</sup>.

<sup>6</sup> De acordo com o Relatório da Segurança Digital no Brasil, do *dfndr lab*, laboratório de cibersegurança da PSafe, mais de 4,8 milhões de notícias falsas foram detectadas somente nos meses de julho, agosto e setembro de 2018; quase 65% das pessoas já receberam algum tipo de conteúdo falso em aplicativos de mensagens, como WhatsApp e Facebook Messenger.

Apesar de ficar evidente a preocupação com as *fake news*, e de considerar importante se precaver de algum modo desse problema, a grande maioria dos jovens não checa, de fato, as informações recebidas antes de compartilhar. Na pesquisa qualitativa, os jovens explicaram que buscam pesar a veracidade da informação recebida ao avaliar o emissor da postagem da informação na rede: se é um “amigo que confia, que admira, que considera sensato”, deduz que a informação postada encaminhada por ele também seja. Outro mecanismo é tentar avaliar o aspecto formal do texto que veicula a informação: o tipo de linguagem utilizado, se contém citações, ideias razoáveis; ou seja, se o texto for bem-redigido confia que a informação seja verdadeira.

Ou seja, parece aqui que, mais uma vez, os jovens mostram-se conscientes dos problemas existentes, sabem que necessitam buscar modos de enfrentar tais problemas, mas nem todos sentem ter os recursos para enfrentá-los.

## A segurança na internet

Pode-se verificar que a maioria dos jovens sente a internet como um campo necessário e útil, que facilita o dia a dia, mas também como um espaço atravessado pela insegurança. Frente a uma série de atividades que podem ser feitas pela internet, perguntados se sentem seguros em realizá-las, o único item que recebe uma nota média maior que 7,0 é “inscrever-se em concursos, provas, disponibilizar seu currículo online”. Todos os outros recebem notas abaixo de 7,0.

Comparando com a edição passada, nota-se que cresce lentamente a confiança dos jovens na realização de certas atividades de serviços pela internet, como “baixar aplicativos gratuitos ou pagos de seu interesse e que considera úteis” (cresce de 6,3 em 2015 para 6,8 em 2018) e “realizar transações bancárias pela internet” (que cresce de 5,0 para 5,4 no mesmo período).

Porém, quando se trata de disponibilizar suas informações pessoais, seja para serviços comerciais, seja para estabelecer novos relacionamentos sociais, a confiança tem mesmo diminuído, como pode ser visto pelas notas atribuídas às frases: “fornecer dados pessoais para a compra de um produto/serviço ou se cadastrar em uma página” recebeu nota 5,0 em 2015 e nota 4,9 em 2018; e “trocar informações pessoais com desconhecidos”, que já havia recebido nota baixa em 2015 (4,2), cai ainda mais em 2018, quando recebe nota 3,1, a nota mais baixa do *ranking*.

A maioria dos jovens não vê a internet como um espaço seguro nem para publicar informações pessoais para certos serviços comerciais nem para a socialização em redes sociais; assim como não considera a internet como um espaço seguro para emitir opiniões ou apoiar causas públicas.

Ainda que as diferenças entre os gêneros nas respostas dadas sobre os temas de segurança na internet não sejam grandes, cabe notar que as mulheres sentem-se ainda menos seguras que os rapazes para realizar atividades que impliquem fornecer dados pessoais, o que, provavelmente, reflete o sentimento de mais vulnerabilidade das mulheres a violências e agressões nos espaços públicos, presenciais e virtuais; por outro lado, as jovens mulheres

revelam uma posição equivalente à dos homens, ou mesmo um pouco mais arrojada, no que diz respeito à manifestação de opinião ou apoio a causas públicas na internet, o que pode estar relacionado ao notável protagonismo político das mulheres nas novas gerações.

A confiança na dimensão tecnológica da internet, que permite realizar atividades de acesso a serviços, como os bancários e de compras, cresce com a idade e a escolaridade, o que pode ser explicado por um maior acesso às informações e ao conhecimento do funcionamento das tecnologias envolvidas, e também por uma maior experiência com os instrumentos. Contudo, o mesmo não se verifica com relação à segurança relacionada a atividades que envolvem a emissão de opiniões ou apoio a causas públicas. Nesse caso, parece que o acesso ao conhecimento e o acúmulo de experiências, em vez de deixar os jovens mais confiantes, aguçam a percepção dos problemas implicados no espaço público cibernético. Poderíamos dizer que a sensação de insegurança vem de uma maior consciência dos problemas existentes.

Os jovens ouvidos em 2018 têm consciência de que a internet constitui um campo que vai muito além da mera dimensão tecnológica; que está atravessada por interesses comerciais, por disputas políticas, por tensões culturais. Entre os **jovens consultores**, houve expressa preocupação com a sensação de se sentir vigiado e controlado por meio dos instrumentos e aplicativos cibernéticos, numa percepção semelhante à expressa por Guto Camargo, vice-presidente da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), em seminário sobre “Internet, Liberdade de Expressão e Democracia”, realizado em abril de 2018:

“Assim que surgiu a internet havia efetivamente mais liberdade, mas aos poucos o mundo empresarial vai construindo seus controles, monopólios. Vivemos a sensação de que a internet seria, pela sua própria composição, um espaço livre. Não é. Estamos acompanhando a questão do Facebook nos Estados Unidos, vimos a espionagem do NSA inclusive sobre o governo brasileiro, o WikiLeaks tem centenas de exemplos de interferência... Há as chamadas *fake news*, a interferência da Rússia sobre a eleição americana... tudo isso revela que a internet é um ambiente extremamente controlado, principalmente economicamente, e vigiado: nossos dados são copiados, organizados, vendidos, emprestados.”.





## No olho do furacão

É preciso dizer que os jovens, nas suas apreensões e temores, estão muito antenados com os problemas colocados na sociedade contemporânea que, no Brasil, cresceram exponencialmente nos últimos anos. Giram em torno das questões relacionadas à qualidade da informação que circula (no sentido da veracidade e profundidade), da dúvida sobre a possibilidade de confiança e segurança nas redes para a autoexposição e expressão de opiniões, da tensão entre a possibilidade de encontros afirmativos e emancipadores e a sujeição a agressão, violências e constrangimentos de variadas ordens. São questões éticas de aguda atualidade, que, além de afetar a vida cotidiana de todos, compõem parte da agenda mais complexa e urgente colocada no plano político.

O imbricamento da internet com a vida política, os problemas levantados pelas distorções de informações, a descoberta de mecanismos de produção de *fake news* e sua disseminação por meio de robôs, redes sociais funcionando como “armas de manipulação em massa”, sua interferência em resultados de campanhas políticas e eleições têm produzido impactos tão profundos que alguns analistas temem por abalos no próprio sistema democrático e propugnam a necessidade de pactuação de regras de transparência e controle, como as já previstas no Marco Civil da Internet, que, sancionado como lei em 2014, ainda enfrenta acirradas resistências para sua consolidação<sup>7</sup>.

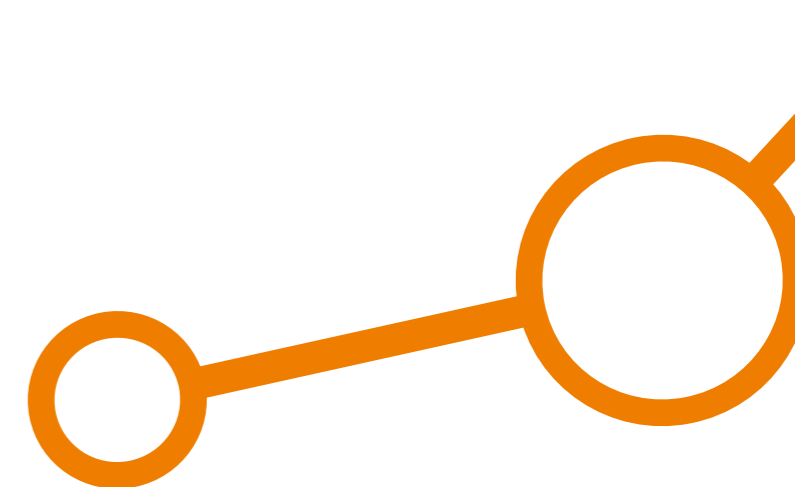
As polarizações políticas e ideológicas reveladas nas últimas eleições presidenciais foram um ponto culminante de um crescente ambiente agressivo, muitas vezes relacionado a violências factuais, algumas delas de consequências gravíssimas, em todos os temas importantes da agenda política e comportamental, inclusive a dos direitos relacionados às diferenças identitárias, como a questão do machismo, do racismo e da homofobia.

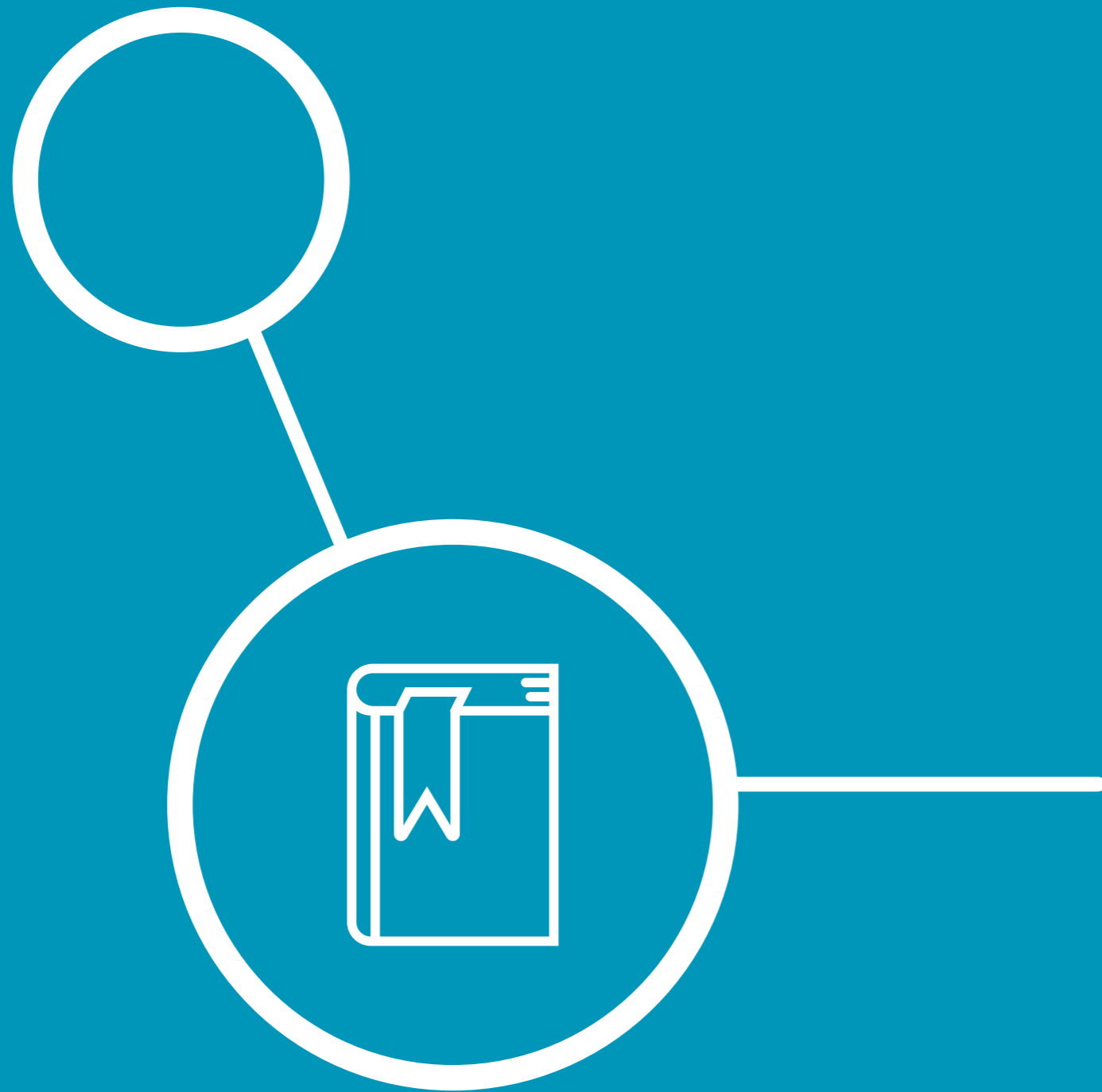
As potências e problemas levantados pelos jovens entrevistados a respeito da influência da internet para a formação de sua identidade e para sua relação com o mundo estão, desse modo, profundamente imbricados com a experiência que vivem no momento presente, numa sociedade que toma, aos poucos, “consciência do poder — e do perigo — representados pelos meios criados pela revolução informática. Indispensáveis, responsáveis por uma abertura inédita de horizontes, emancipadores, mas, ao mesmo tempo, capazes de um insuspeitado poder de distorção, de falsificação e de controle sobre a vida de todos e de cada um”, como escreve Daniel Aarão Reis, em artigo publicado em junho de 2019.

Os jovens, conectados e expostos como nunca às informações, inclusive por efeito da democratização da internet e do acesso aos dispositivos de informação e comunicação, também tomaram contato, massivamente, com os questionamentos crescentes sobre os problemas no espaço cibernético e puderam relacioná-los às suas próprias vivências. Essa também é uma experiência social, coletiva, que entra na composição de sua localização geracional e que ajuda a delinear o conjunto de questões que eles, agora, apresentam à sociedade, manifestando seu desconforto, suas dúvidas, seu mal-estar.

Seus medos e temores são, desse modo, mais do que questões do “comportamento juvenil” e se tornam problemas que demandam resoluções de âmbito público. Identificar e enunciar os problemas, expressar o sofrimento é a primeira condição para a possibilidade de enfrentá-los. O resultado mais potente dessa pesquisa talvez seja compreender que os jovens não estão indiferentes aos problemas existentes e que, ao explicitá-los, talvez, estejam também mostrando disposição de participar do debate coletivo tão necessário para a criação dos termos e acordos que permitam o seu enfrentamento. Sujeitos ativos na disseminação dos hábitos que consolidam novas formas de relação na internet, também o podem ser na imaginação e definição das regras que visem tornar o espaço cibernético ajustado aos valores que acompanharam a formação dessa geração, como a afirmação da diversidade, a superação das desigualdades, a liberdade de expressão e a democracia.

<sup>7</sup> Aprovado em 2014, o Marco Civil da Internet (MCI, conhecido como Constituição da internet brasileira) é uma referência fundamental da governança no século XXI, tanto para o Brasil como internacionalmente. Ele sistematiza em lei dez princípios desenvolvidos pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil, entre eles a neutralidade da rede, a liberdade de expressão e a privacidade, dando importantes direitos aos cidadãos – online e offline.





# Referências bibliográficas

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

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

ABRAMO, Helena. (2016). *Identidades juvenis: estudo, trabalho e conjugalidade em trajetórias reversíveis*. Agenda Juventude Brasil: leituras sobre uma década de mudanças In: Regina Novaes; Eliane Ribeiro; Gustavo Venturi; Diógenes Pinheiro (org.). 1. ed. Rio de Janeiro: UNIRIO, 2016, v. 1, pp. 19 a 59.

AGÊNCIA IBGE NOTÍCIAS (2018). PNAD Contínua 2018: *Educação avança no país, mas desigualdades raciais e por região persistem*. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/24857-pnad-continua-2018-educacao-avanca-no-pais-mas-desigualdades-raciais-e-por-regiao-persistem>

ALKON, Alison Hope. (2018). *Empreendedorismo como ativismo? Resistindo à gentrificação em Oakland, Califórnia*. Revista de Administração de Empresas (RAE). São Paulo, 58(3), May-June 2018: 279-290.

CAMARGO, Guto. (2018). *Seminário Internet, Liberdade de Expressão e Democracia*, realizado em abril de 2018. Disponível em: <http://fndc.org.br/noticias/defender-o-marco-civil-e-recolonizar-a-internet-924843/>

CASTELLS, Manoel. (2013). *Redes de comunicação e esperança: movimentos sociais na era da internet*. Rio de Janeiro: Zahar, pp 7-22 e 157-174.

Agenda Juventude Brasil: leituras sobre uma década de mudanças, UNIRIO.

FREITAS, Maria Virgínia. (2016). *Jovens e escola: aproximações e distanciamento*. In: Novaes et al (org.) - Agenda Juventude Brasil: leituras sobre uma década de mudanças, UNIRIO.

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

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

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

IBGE SIS (2018). Referência completa: *IBGE: Síntese de Indicadores Sociais*. Tabela 3.2 (Educação). Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/9221-sintese-de-indicadores-sociais.html?edicao=23289&t=resultados>

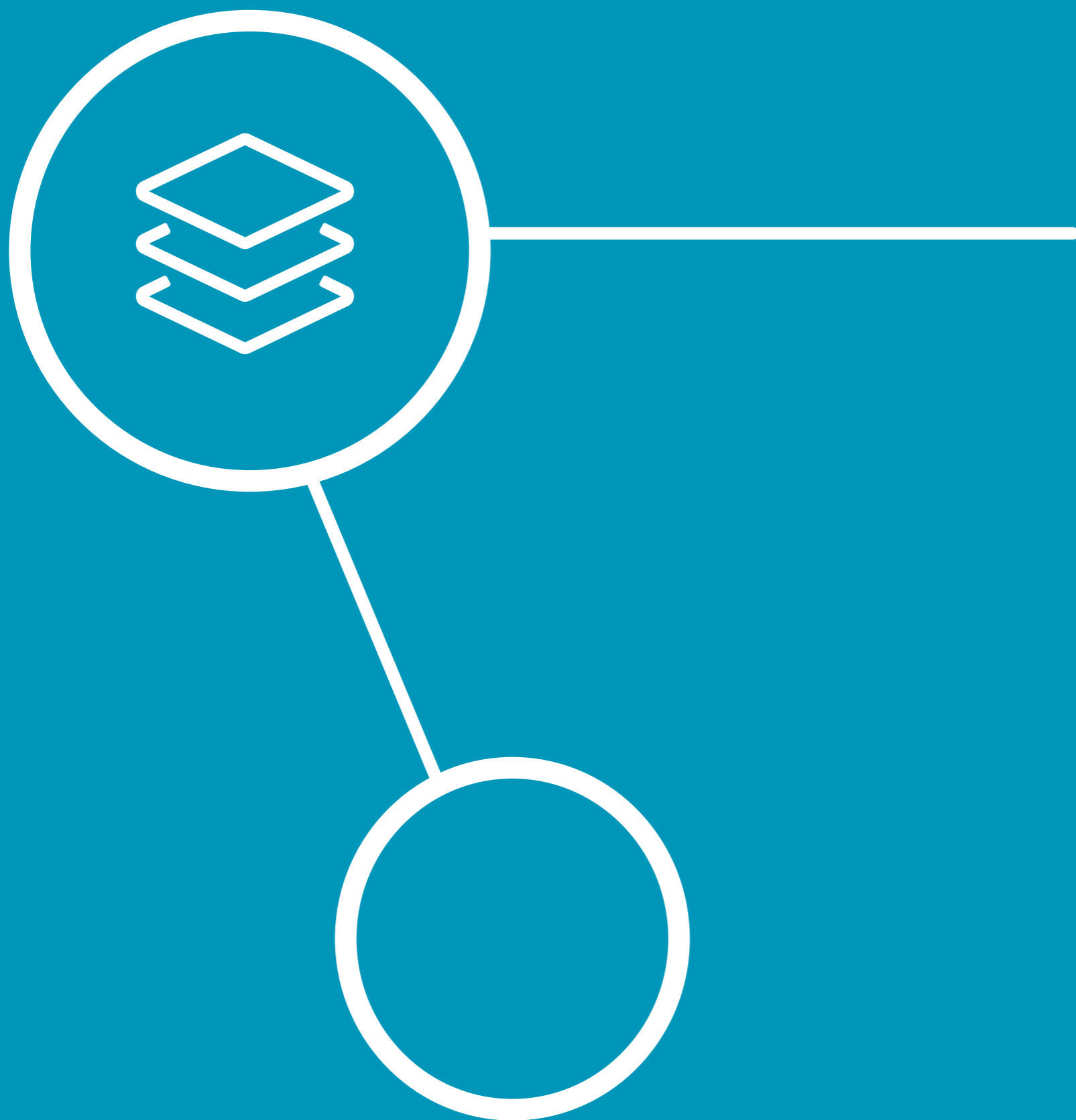
INEP, *Porcentagem de Matrículas da População de 18 a 24 anos*. Plano Nacional de Educação. Disponível em: <http://www.observatoriodopne.org.br/indicadores/metas/12-ensino-superior/indicadores/%20porcentagem-de-matriculas-da-populacao-de-18-a-24-anos-na-educacao-superior/#indicadores>

MALINI, Fabio. (2017). *A Internet é uma máquina que potencializa minorias*. Revista do Instituto Humanitas Unisinos. Disponível em: <http://www.ihuonline.unisinos.br/artigo/6806-internet-e-uma-maquina-que-potencializa-minorias>

RECUERO, Raquel. (2017). *Redes Sociais formaram bolhas na internet que restringem circulação de opiniões e ideias*, entrevista à Revista da Unisinos, RS. Disponível em: <http://www.ihuonline.unisinos.br/artigo/6814-redes-sociais-formaram-bolhas-na-internet-que-restringem-circulacao-de-opinioes-e-ideias>

REIS, Daniel Aarão. (2019). *O trabalho de Moro em jogo*. Jornal O Globo. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/opiniao/o-trabalho-de-moro-em-jogo-23741817>

TEFFÉ, Chiara Antonia Spadaccini de. (2015). *A responsabilidade civil do provedor de aplicações de internet pelos danos decorrentes do conteúdo gerado por terceiros, de acordo com o Marco Civil da Internet*. In: Revista Fórum de Direito Civil RFDC. Belo Horizonte, ano 4, n. 10.



## Anexo: Questionário

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



## PERFIL

**P1.** Praça que reside:

**P2.** Sexo: ( ) Masculino ( ) Feminino

**P3.** Idade: \_\_\_\_\_ anos

**P4.** Dados de classificação econômica - novo critério Brasil 2018

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

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

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

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

**P4c.** A água utilizada nesse domicílio é proveniente de:

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

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

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

**P5.** Sabe ler e escrever um bilhete simples?

( ) Sim	( ) Não
---------	---------

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

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

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

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

**P8.** Você costuma utilizar a internet?

( ) Sim	Continue
( ) Não	Encerre

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

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

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

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

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

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

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

#### ATIVIDADES DE LAZER

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

#### ATIVIDADES DE TREINAMENTO, EDUCAÇÃO E CAPACITAÇÃO/MERCADO DE TRABALHO

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

#### COMÉRCIO ELETRÔNICO

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

#### OUTROS

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

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

\* Item ou pergunta novos!

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

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

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

Branca
Preta/Negra
Parda
Amarela
Indígena

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

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

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

Masculino
Feminino
Não binário ou outro

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

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

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

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

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

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

 **EDUCAÇÃO**

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

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

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

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

\* Item ou pergunta novos!

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

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



## PARTICIPAÇÃO SOCIAL

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

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

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

\* Item ou pergunta novos!

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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



## EMPREENDEDORISMO

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

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

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

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

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

Muito provável
Provável
Pouco provável
Nada provável
Não sei

Apenas se provável ou muito provável na P26.

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

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

Apenas se pouco provável ou nada provável na P26.

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

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

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

Sim
Não
Não tenho certeza

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

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

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

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

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



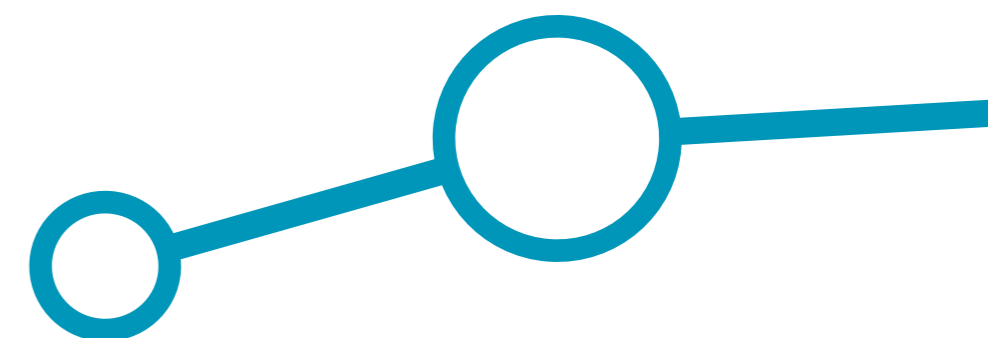
**COMPORTAMENTO**

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

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

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

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



\* Item ou pergunta novos!

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

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

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

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

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

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

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

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



## REFERÊNCIAS E HABILIDADES

A seguir há uma lista de INSTITUIÇÕES. \*

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

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

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

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

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

\* Item ou pergunta novos!

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

A seguir há uma lista de PESSOAS. \*

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

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

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

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

#### PESSOAS

Professor/educador/orientador

Amigos e colegas

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

*YouTubers* e outros influenciadores digitais

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

Líderes religiosos

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

Psicólogo, terapeuta ou assistente social

Nenhum deles

Não sei/não quero responder

A seguir há uma lista de MATERIAIS E FERRAMENTAS. \*

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

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

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

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

#### MATERIAIS E FERRAMENTAS

Redes sociais (WhatsApp, Facebook, Instagram etc.)

Sites e plataformas que falam sobre o tema

Livros, filmes, peças teatrais ou espetáculos de dança

Livros didáticos/técnicos ou apostilas

Vídeos e canais online (YouTube, Vimeo etc.)

Jogos e *games*

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

Leis ativas no país

Nenhum deles

Não sei/não quero responder

A seguir há uma lista de HABILIDADES E COMPETÊNCIAS. \*

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

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

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

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

#### HABILIDADES E COMPETÊNCIAS

Pensamento crítico

Comunicação e escuta

Conhecimento de tecnologias

Capacidade de resolver problemas

Criatividade

Capacidade de tomar decisão

Trabalho em equipe e cooperação

Flexibilidade

Valorização da diversidade

Empatia (colocar-se no lugar do outro)

Influência pessoal/liderança

Autodidatismo (aprender por conta própria)

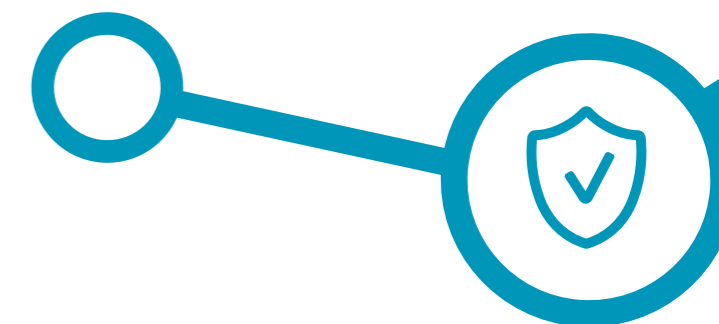
Curiosidade e interesse intelectual

Vontade de aprender sempre

Autocuidado e saúde

Nenhum deles

Não sei/não quero responder



\* Item ou pergunta novos!

## Instituições envolvidas

### Idealização

*Telefônica*  
FUNDAÇÃO | vivo

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

### Realização



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

### Parceria

**IBOPE**  
inteligência

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

Esta edição do Juventudes e Conexões e as anteriores estão disponíveis para download em [fundacaotelefonica.org.br](http://fundacaotelefonica.org.br).

Acompanhe a Fundação Telefônica Vivo pelas redes sociais:

 [fundacaotelefonica](#)

 [ft\\_brasil](#)

 [ft\\_brasil](#)

 [fundacaotelefonica](#)

*Telefonica* / **vivo**  
FUNDAÇÃO



IBOPE  
inteligência