



**Comunicação,
Cultura e
Mídias
Sociais**

**XIV
Congresso
Ibero-
Americano de
Comunicação**

**IBERCOM
2015
Anais**

Richard Romancini

Maria Immacolata Vassallo de Lopes
(organizadores)

Richard Romancini

Maria Immacolata Vassallo de Lopes

Organizadores

Richard Romancini

Edição Científica

Tony Rodrigues

Projeto Gráfico e Diagramação

André Drumond Ortega

Giulia Bonfiglioli

Haline Aparecida de Oliveira Floriano

Revisão

Catálogo na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo

C749a Congresso Ibero-Americano de Comunicação (14. : 2015 : São Paulo) – IBERCOM 2015

Anais do XIV Congresso Ibero-Americano de Comunicação IBERCOM 2015 :
comunicação, cultura e mídias sociais / Richard Romancini, Maria Immacolata Vassallo de Lopes
(organizadores) – São Paulo: ECA-USP, 2015.
7.652 p.

Trabalhos apresentados no congresso realizado de 29 de março a 02 de abril de 2015,
Escola de Comunicações e Artes/USP, São Paulo.
ISBN 978-85-7205-150-7

1. Comunicação – América Latina - Congressos 2. Comunicação – Península Ibérica – Congressos
I. Romancini, Richard II. Lopes, Maria Immacolata Vassallo de

CDD 21.ed. – 301.16

Promoção e realização:



Pesquisa #Juventudeconectadabrasil: perfil da população estudada

#Connectedyouthbrazil Research: respondents profile

BRASILINA PASSARELLI¹

FABIANA GRIECO CABRAL DE MELLO VETRITTI²

Resumo: A Internet tem provocado mudanças profundas na vida da população hiperconectada. Tais transformações são ainda mais sensíveis entre os jovens imersos nas redes sociais, cada vez mais integrados e “onlife” pelo uso das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) no cotidiano. Em meio a esse cenário, a Fundação Telefônica Vivo financiou a Pesquisa #JuventudeConectadaBrasil, realizada em parceria com o Núcleo das Novas Tecnologias da Comunicação Aplicadas à Educação – Escola do Futuro – USP, Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE) e Instituto Paulo Montenegro. O estudo foi realizado para melhor entender as mudanças e tendências do comportamento da juventude brasileira conectada, contemplando quatro eixos temáticos: #comportamento, #educação, #empreendedorismo e #ativismo. O procedimento metodológico mostrou-se complexo e inovador em múltiplas dimensões ao realizar pesquisa quantitativa (survey) e pesquisa qualitativa, incluindo monitoramento de navegação na Internet (E-Meter), entrevistas em profundidade e focus group. Os principais aspectos relacionados ao perfil dos jovens em rede pesquisados são apresentados neste artigo através de infográficos e respectivas considerações.

Palavras-Chave: Jovens. Perfil. Internet. Pesquisa #JuventudeConectadaBrasil.

Abstract: Internet has caused deep changes in hyperconnected population life. These changes are even more sensitive among young people immersed in social networks, increasingly integrated and “onlife” using Information and Communication Technologies (ICT) in daily life. Amidst this scenario, Telefonica Vivo Foundation funded #ConnectedYouthBrazil Research, performed in partnership by Research Center for New Communications Technologies Applied to Education – School of the Future – USP, Brazilian Institute of Opinion and Statistics (IBOPE) and Paulo Montenegro Institute. The study was conducted to better understand changes and trends of connected Brazilian youth, considering four research areas: #behavior, #education, #entrepreneurship and #activism. Methodological approach demonstrated to be complex and innovative in multiple dimensions

1. Professora Titular pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Vice Chefe do Departamento de Biblioteconomia e Documentação (CBD/ECA/USP). Coordenadora Científica da Escola do Futuro – USP. E-mail: linapassarelli2@gmail.com.

2. Doutoranda em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP). Pesquisadora Associada da Escola do Futuro – USP. E-mail: fabianagrieco@yahoo.com.br.

with quantitative research (survey) and qualitative research, including Internet monitoring (E-Meter), in-depth interviews and focus group. The main profile aspects of networked youth respondents are presented in this article through infographics and its considerations.

Keywords: Youngsters. Profile. Internet. #ConnectedYouthBrazil Research.

#A SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA HIPERCONECTADA E A VIDA "ONLIFE"

A INTERNET, QUE não é simplesmente uma tecnologia, mas um meio de comunicação e a infraestrutura material de uma determinada forma organizacional (a rede), tornou-se um fator indispensável para o movimento social que emerge na sociedade em rede (CASTELLS, 2003, p. 116). No mundo hiperconectado, a tecnologia e as redes passam a exercer uma centralidade que antes era ocupada pela natureza, conforme avalia Derrik de Kerckhove³. O sociólogo desenvolveu o conceito "tecnototemismo", que se traduz em um *continuum* entre a mente humana e a máquina, e cujo resultado constitui uma profunda alteração nas formas como se constroem novas identidades, sociabilidades e sensibilidades dos indivíduos (KERCKHOVE apud PASSARELLI, 2014, p. 12).

A transposição do totem para a sociedade tecnológica dos dias de hoje ilustra a importância da centralidade das redes, sobretudo com a disseminação da Internet. O aumento do acesso à rede, às mídias sociais e aos aplicativos baixados gratuitamente e que prometem uma série de facilidades tem contribuído para o desenho de novos contornos para o comportamento das populações conectadas, sobretudo das populações mais jovens.

A constatação de que o desenvolvimento e a utilização generalizada das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) estão gerando um impacto radical sobre a condição humana também é objeto de estudo do filósofo contemporâneo Luciano Floridi⁴, Diretor de Pesquisa e Professor de Filosofia e Ética da Informação do Instituto de Internet de Oxford. Conforme publicado em seu livro mais recente *"The Onlife Manifesto: Being Human in a Hyperconnected Era"* (2015), as TICs não são meras ferramentas, mas forças que cada vez mais afetam⁵:

1. Nossa auto concepção (quem somos);
2. Nossas interações mútuas (como nos socializamos);
3. Nossa concepção de realidade (nossa metafísica);
4. Nossas interações com a realidade (nossa atuação).

Para Floridi, questões como "Quem somos nós" e "Como nos relacionamos uns com os outros" emergem na fronteira entre a vida online a vida off-line. Nesse sentido, os indivíduos tornam-se perfeitamente conectados uns aos outros e cercados por objetos inteligentes e sensíveis, levando-os a viver de modo integrado em uma "infoesfera"⁶. Floridi, em seu livro *"The Fourth Revolution – How the infosphere is reshaping human reality"*

3. Discípulo do teórico canadense Marshal McLuhan (1911-1980), Kerckhove é considerado um dos mais importantes estudiosos das relações entre tecnologias digitais e sociedade. É professor da University of Toronto, onde dirigiu por mais de 20 anos o Programa McLuhan em Cultura e Tecnologia.

4. Informações sobre Luciano Floridi disponíveis em: <http://www.philosophyofinformation.net/>.

5. Tradução das autoras.

6. Tradução das autoras. Do original "infosphere".

(2014), propõe que estejamos vivendo uma quarta revolução, seguinte àquelas lideradas por Copérnico, Darwin e Freud.

Partindo das considerações de que os desenvolvimentos massivos em TICs estão mudando paradigmas da sociedade, Floridi apresenta o termo “*onlife*”. Sua proposição considera que o “*onlife*” define cada vez mais nossa atividade diária, como fazer compras, trabalhar, aprender, entreter, conduzir relacionamentos, interagir com os mundos de direito, finanças e política. Definiria até mesmo o modo como conduzir a guerra. Assim, o filósofo sugere a expansão da abordagem ecológica e ética para tratar realidades naturais e ações humanas, de modo a oferecer mais condições de lidar satisfatoriamente com os novos desafios decorrentes das tecnologias digitais e da sociedade da informação. Tais mudanças têm sido objeto de estudo de pesquisadores e núcleos de pesquisas nacionais e internacionais.

No Brasil, destaca-se a atuação do Núcleo das Novas Tecnologias da Comunicação Aplicadas à Educação – Escola do Futuro – USP (EF – USP). Desde sua fundação, em 1989, os projetos de Pesquisa e Desenvolvimento da EF – USP foram realizados com o compromisso de contribuir para a educação no país, por meio de pesquisa-ação com a concepção, desenvolvimento e implementação de projetos inovadores e de estudos dos impactos das TICs em ambientes de ensino e aprendizagem. A EF – USP também se preocupa em disseminar a troca de conhecimentos e práticas entre especialistas de instituições acadêmicas nacionais e internacionais, colaborando com o desenvolvimento de uma nova geração de educadores e fomentadores de políticas públicas para a educação formal e não formal.

Em 2007, sob a coordenação científica de Brasilina Passarelli, foi fundado o Observatório da Cultura Digital com o objetivo de compreender as atitudes e os comportamentos de uma população conectada. Atualmente, com uma rede de mais de cem pesquisadores, a EF – USP desenvolve projetos de intervenção (pesquisa-ação), bem como pesquisa empírica focada nos seguintes objetos de estudo: *Media and Information literacy* (MIL), produção individual/coletiva de conhecimento em ambientes WEB e novas formas de autoria, contemplando a participação do coletivo digital e do movimento dos atores em rede na intersecção das fronteiras híbridas do contemporâneo hiperconectado. Tais estudos se utilizam da etnografia virtual e da netnografia para investigar os comportamentos desses atores.

#JUVENTUDECONECTADABRASIL – SURVEY E PESQUISA QUALITATIVA

No âmbito da pesquisa intitulada #JuventudeConectadaBrasil⁷, financiada pela Fundação Telefônica Vivo e realizada em parceria com a EF – USP, o IBOPE e o Instituto Paulo Montenegro, a EF – USP realizou a coordenação científica do estudo, bem como a análise dos dados coletados, tanto no *survey* como nas entrevistas em profundidade e *focus group*. Esta foi a segunda vez em que a Fundação Telefônica Vivo e a EF – USP atuaram juntas. A primeira parceria foi estabelecida em 2012 com a Pesquisa Gerações Interativas Brasil – Crianças e Adolescentes Diante das Telas, estudo pioneiro com

7. A pesquisa #JuventudeConectadaBrasil foi lançada no RIA Festival, evento promovido pela Fundação Telefônica nos dias 27 e 28 de agosto de 2014. Para acessar o estudo na íntegra: <http://www.fundacaotelefonica.org.br/conteudos/publicacoes/Detalhe.aspx?id=137>

crianças e jovens em âmbito nacional que buscava conhecer, detalhadamente, o uso e a valoração das telas – computador, celular, videogame e televisão – entre o público de 6 a 18 anos, a geração interativa, e avaliar seu impacto no âmbito familiar e escolar.

Todos os esforços da pesquisa abordada neste trabalho convergem para que melhor se conheça os usos e comportamentos da juventude brasileira conectada, visando desvendar tendências e padrões. Os resultados do estudo interessam tanto aos jovens, como aos seus familiares, à sociedade civil e ao Estado, pois a todos compete a formação da juventude brasileira, buscando aptidão para enfrentar os crescentes desafios impostos por uma sociedade hiperconectada e cada vez mais “onlife”.

#Metodologia da Pesquisa

#JuventudeConectadaBrasil é uma pesquisa complexa e inovadora em múltiplas dimensões, pois abrangeu uma combinação de metodologias quantitativas e qualitativas. A pesquisa quantitativa contou com 1.400 usuários de Internet, entre 16 e 24 anos, de todas as classes sociais. A amostra foi distribuída em cinco regiões do Brasil e dividida em partes proporcionais entre as capitais dos estados, incluindo suas regiões metropolitanas e grandes cidades do interior. A pesquisa qualitativa considerou diferentes procedimentos metodológicos, tais como:

- Monitoramento da Internet (*E-Meter* – uma solução do IBOPE E-Commerce) de 10 usuários durante 30 dias. Instalado nos computadores dos jovens, o *E-meter* permitiu o mapeamento dos padrões de navegação na Internet do usuário ao longo do dia. Após o período de monitoramento da Internet, os participantes foram entrevistados (online ou Skype) com o objetivo de identificar as razões por trás do comportamento mapeado;
- 6 *focus groups*, 3 online e 3 pessoalmente, formados por 7 – 9 participantes. Conduzido por um moderador e um questionário prévio as discussões buscavam ir além da primeira análise dos resultados, a fim de identificar traços culturais e conteúdo social;
- Entrevista individual em profundidade com 8 especialistas visando reconhecer o ponto de vista deles, baseado em dados quantitativos coletados na pesquisa.

Também é importante salientar que o estudo inclui dados e informações de diferentes fontes (estudos governamentais e instituições de pesquisa) sobre Internet no Brasil. Para este artigo foram selecionados os dados referentes ao perfil dos jovens em rede, que são apresentados abaixo.

#Perfil da Juventude Conectada

##Survey

O público-alvo do *survey* foram jovens alfabetizados, de 16 a 24 anos, classe social ABCD, internautas, que acessaram a Internet nos últimos 2 meses, com frequência de acesso semanal; isto significa que a população pesquisada é constituída exclusivamente por jovens em rede. Houve dimensionamento da amostra, uma vez que 1.440 entrevistas foram distribuídas de forma desproporcional pelas regiões do país e a amostra foi posteriormente ponderada para se adequar à realidade desse universo. Esse desenho teve como principal objetivo proporcionar leitura por todas as regiões, capital e interior.

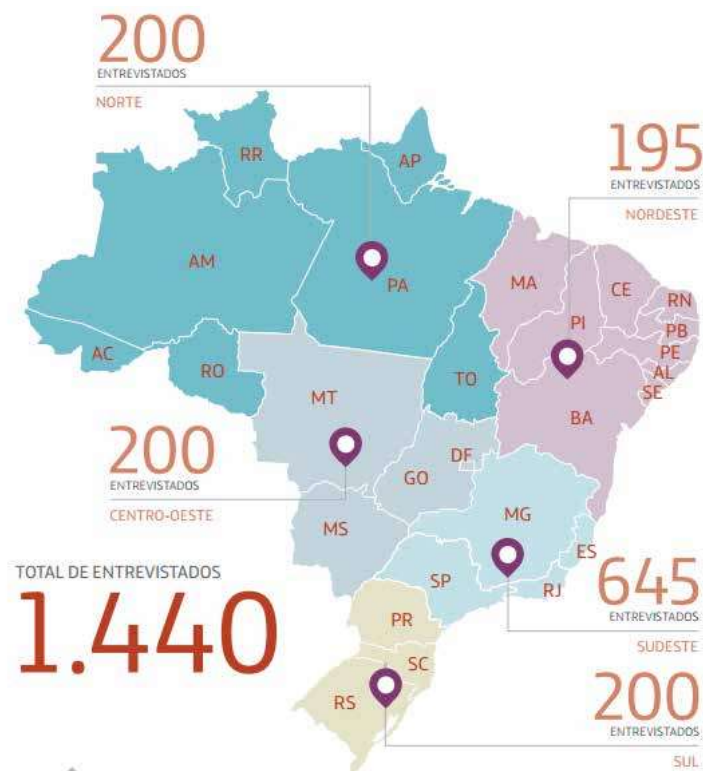


Figura 1. Número de entrevistados por região.

A amostra ponderada foi distribuída pelas cinco regiões do País; dividida em cotas proporcionais entre as capitais dos estados, incluindo as regiões metropolitanas e as cidades de grande porte do interior.

Tabela 1. Distribuição de entrevistados entre capital e interior.

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

A distribuição da amostra por gênero foi equilibrada, já que há uma diferença de somente 2% entre o número de homens e mulheres.



Figura 2. Distribuição da amostra, segundo gênero.

Em relação à classe econômica, pouco menos da metade dos respondentes pertence à classe C (49%). Em segundo lugar encontram-se os da classe B (38%), seguidos da classe D (8%) e A (5%).

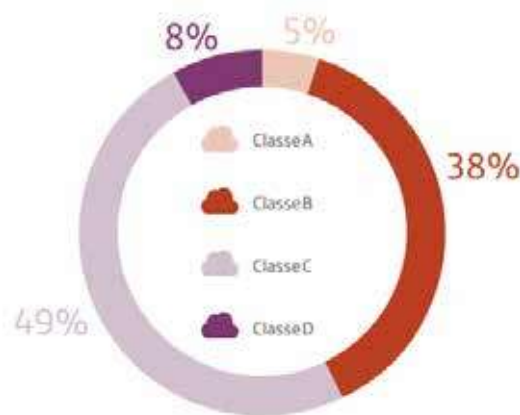


Figura 3. Proporção de entrevistados por classe econômica.

Destaca-se 61% dos jovens no ensino médio, contra 1% que apenas sabe ler/possui ensino primário. O ensino superior parece atrair os jovens conectados, mas somente 3% conseguiram se graduar, enquanto 21% possuem nível superior incompleto. Por fim, 14% cursaram até o nível fundamental.



Figura 4. Proporção de entrevistados por nível educacional.

##Pesquisa Qualitativa – Focus Groups Presenciais/Online, Monitoramento pela Internet e Entrevistas

Segundo Perdigão, Herlinger e White (2012), a discussão em grupo contribui para aprofundar assuntos complexos e promover o entendimento de ideias, percepções e opiniões. Esta metodologia adota como premissa que um grupo reproduz as relações sociais e papéis desempenhados pelos participantes. A fim de obter informações que fossem além da projeção estatística dos resultados (obtidos no *survey*) e identificar traços culturais e conteúdo social, foram realizadas discussões em grupo (*focus group*) – presenciais e online. Com um roteiro previamente traçado pelos realizadores, um moderador conduziu as discussões entre os participantes, com idade entre 16 e 24 anos, classe social ABCD, da cidade de São Paulo e do Rio de Janeiro.

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

Figura 5. Dados referentes à organização dos *focus groups*.

Os *focus groups* contemplaram três grupos presenciais, sendo dois em São Paulo e um no Rio de Janeiro. Os jovens das classes C e D foram colocados em grupos, conforme duas faixas etárias: de 16 a 19 anos e de 20 a 24 anos.



Figura 6. Faixa etária e classe social dos participantes dos grupos presenciais realizados em São Paulo e Rio de Janeiro.

Foram realizados três grupos online com os mesmos critérios de divisão dos jovens em duas faixas etárias: de 16 a 19 anos e de 20 a 24 anos. A diferença reside nas classes sociais, já que foram escolhidos apenas jovens das classes A e B. Tal critério considerou o maior acesso a computadores e mais familiaridade com ferramentas online, o que permitiria mais facilidade no recrutamento e maior qualidade do material final. A dinâmica das discussões online foi marcada por um clima que deixou os tímidos mais à vontade e pela contribuição simultânea dos participantes, o que resultou em um menor tempo de duração.

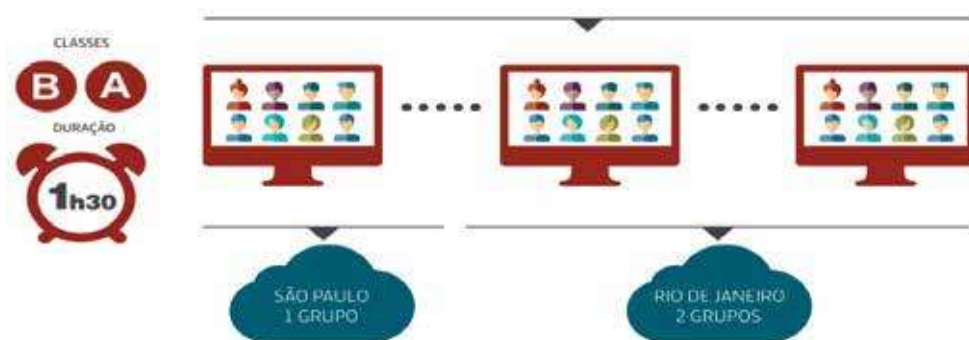


Figura 7. Classe social dos participantes e tempo de duração das discussões online realizadas com grupos de São Paulo e do Rio de Janeiro.

Os hábitos de uso e navegação na Internet de 10 jovens de diferentes estados do País foram avaliados por meio da instalação do software E-meter. A solução do IBOPE E-Commerce instalada nos computadores permitiu mapear diversas maneiras e finalidades de uso da Internet em diferentes momentos da navegação. Este mesmo grupo de jovens foi entrevistado online ou por Skype com o objetivo de identificar as motivações para o comportamento mapeado pela navegação. Como a pesquisa não especifica dados dos participantes desta etapa, não é possível traçar o perfil dessa população conectada. Apesar disso, o monitoramento de uso da Internet e as mini entrevistas são citadas neste texto para compor o conjunto de abordagens metodológicas com os jovens utilizado na pesquisa.

#CONSIDERAÇÕES FINAIS

No contexto do contemporâneo conectado, onde emergem novas lógicas, a narrativa transmídia e as novas literacias dos atores em rede, também se faz necessário lançar um olhar renovado, atento, criterioso e, ao mesmo tempo, projetivo sobre o comportamento da juventude conectada brasileira. Este artigo deteve-se em focar no perfil da juventude conectada brasileira que respondeu a questionários e entrevistas no âmbito da pesquisa #JuventudeConcetadaBrasil. Como citado anteriormente, os resultados integrais do relatório final encontram-se disponíveis para *download* (<http://www.fundacaotelefonica.org.br/conteudos/publicacoes/Detalhe.aspx?id=137>) e apresentam os principais achados referentes aos eixos de investigação: #comportamento, #educação, #empreendedorismo e #ativismo entre os jovens conectados.

O Brasil possui 22,5 milhões de jovens de 18 a 24 anos, que corresponde a 11,7% da população brasileira. Em todo o país, 60% das residências ainda não têm acesso à Internet, ainda que os resultados das pesquisas TIC Domicílios, realizadas anualmente pelo CGI.br, permitam constatar o crescimento constante e significativo dos índices de posse doméstica de computadores. Estudo do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA, publicado no mês de março de 2014, sobre a percepção social a respeito dos serviços de telecomunicações no Brasil veio confirmar esta informação, revelando que, em 2013, 48,1% dos domicílios brasileiros possuíam microcomputadores, ainda que se mantenha uma sensível desigualdade regional. Assim, observa-se que o maior índice de posse doméstica de computador é encontrado na região Sudeste (54,6%), seguida pela Sul (53,5%), Centro-Oeste (45,3%), Nordeste (39,6%) e Norte (35,3%).

Dentre os principais achados desta pesquisa, independentemente dos diferentes repertórios de uso das ferramentas e das possibilidades da Internet pelos jovens brasileiros em rede, bem como das diversificadas categorias de mediações analisadas em cada um dos eixos analíticos, está um fenômeno de larga relevância que percorre todo o seu trajeto: a centralidade dos celulares. O celular constitui um potente instrumento de democratização do acesso à Internet em todo o país, levando à gradativa superação da exclusão digital, tanto geograficamente, considerando-se as áreas mais remotas e deficientes em infraestrutura de comunicação e de telecomunicações, quanto socialmente, levando-se em conta as diferentes classes socioeconômicas.

Ainda que as dificuldades e barreiras técnicas, econômicas e financeiras permeiem fortemente as relações de uso e a apropriação dos celulares conectados à Internet no Brasil, não se pode negar a sua extrema relevância no contexto e no cotidiano da juventude brasileira. O celular revela-se o dispositivo preferencial de conexão à Internet pelo jovem de todo o país e ganha contornos ainda mais relevantes nas regiões onde, de maneira geral, prevalecem os maiores impedimentos operacionais às telecomunicações e ao acesso à rede mundial de computadores, de maneira especial, como no Norte brasileiro, onde atinge a marca de 90%. Em todo o Brasil, a conexão à Internet via celulares adquire forte e significativa penetração, mesmo para as classes sociais menos privilegiadas: 69% para a classe C e 54% para a D.

Assim, políticas de melhoria permanente de acesso à Internet via celulares no Brasil são altamente recomendadas, na medida em que constituem potentes e relevantes instrumentos da integração social e da superação da exclusão digital não apenas dos jovens, mas também de seus familiares, amigos, professores, empregadores e, eventualmente, de futuros clientes de seus empreendimentos.

REFERÊNCIAS

- Castells, M. (2003). *A galáxia da Internet: Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Floridi, L. (2014). *The fourth revolution: How the infosphere is reshaping human reality*. London: Oxford University Press.
- Floridi, L. (Ed.) (2015). *The Onlife Manifesto: Being human in a hyperconnected era*. London: Springer.

- Herlinger, M.; Perdigão, D.; White, O. (Orgs). (2012). *Teoria e prática da pesquisa aplicada*. São Paulo: Campus/Elsevier.
- Kerckhove, D. de. (2009). *A Pele da cultura*. São Paulo: Annablume.
- Latour, B. (2005). *Reassembling the social: an introduction to actornetwork-theory*. New York: Oxford University Press.
- Lloyd, A. (2006) *Information literacy landscapes: an emerging picture*. Journal of Documentation, v.62, n.5, p. 570-583.
- Livingstone, S. (2011). Internet literacy: a negociação dos jovens com as novas oportunidades online. *MATRIZES*, São Paulo, ECA-USP, Ano 4, n.2, p.11-42.
- Martín-Barbero, J. (2014). *Comunicação na educação*. São Paulo: Editora Contexto.
- McLuhan, M.; Nevitt, B. (1972). *Take today: The executive as dropout*. New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Organização Fundação Telefônica. (2014). *Juventude Conectada*. São Paulo: Fundação Telefônica.
- Passarelli, B.; Silva, A. M. da; RAMOS, F. (Orgs.). (2014) *e-Infocomunicação: estratégias e aplicações*. São Paulo: Editora Senac São Paulo.
- , B.; Angelucci, A. (2014) Interactive Generation Brazil Research: children and teenagers using computers, TV, games and mobile phones. Chapter 13. P. 284-302. In: Jamil, George Leal, Armando Malheiro and Fernanda Ribeiro. *Rethinking the Conceptual Base for New Practical Applications in Information Value and Quality*. IGI Global. 1-345. doi:10.4018/978-1-4666-4562-2. ISBN 978-1-4666-4564-6 print. E-book: <http://www.igi-global.com/chapter/interactive-generation-brazilresearch/84223>
- , B. Junqueira, A. H. (2012) *Gerações interativas no Brasil: crianças e adolescentes diante das telas*. São Paulo: Fundação Telefônica Brasil/Escola do Futuro (USP).