

informa



Os dois Brasis



Encontros e desencontros na internet
da geração 90



Os dois Brasis

Encontros e desencontros na internet da geração 90

Mais uma pesquisa nacional realizada pelo INSTITUTO INFORMA com essa importante parcela de pessoas que forma a juventude brasileira, de modo a propiciar a quebra de estereótipos, contribuir para o aprofundamento de seu conhecimento e minorar os preconceitos existentes sobre os jovens, tanto o da classe mais rica – a denominada classe A – quanto a mais pobre – a classe C.

Principais resultados

O objetivo do estudo foi analisar o estilo de vida, a família, as expectativas em relação ao futuro, os hábitos de cultura e de consumo, a percepção da política e da religião, tendo como pano de fundo o uso da internet por jovens de 16 a 18 anos.

Para isso, foram ouvidos jovens pertencentes ao Brasil Emergente – a nova classe média, classe C – e à classe sócio-econômica A, ambos participantes de grupos de jovens que se conectam na WEB, com o objetivo de descortinar caminhos de comunicação e marketing para o entendimento das demandas do novo Brasil

Metodologia

Qualitativa: Entrevistas individuais em profundidade (Rio, São Paulo, Curitiba e Fortaleza).

Quantitativa: (27 Capitais) – 500 entrevistas – Pesquisa quantitativa com entrevista telefônica e questionário estruturado.

Os dois Brasis

Na década de 40 do longínquo século XX, o sociólogo Francês Jacques Lambert, criou a expressão, no livro de título “Os Dois Brasis”. Em tom de crítica social, Lambert apontava a existência de dois países dentro do Brasil: um país rico e um país pobre, um moderno, outro arcaico, um urbano, o outro desértico, convivendo dentro das mesmas fronteiras.

• O Brasil emergente

Representado simbolicamente pelo que convencionamos arbitrariamente chamar de classe C, é formado pelo conjunto de 53% dos domicílios urbanos do país que, desde 1994, recebeu o ingresso de 2.150.000 famílias egressas das classes D e E. Desde então, as classes D e E encolheram de 60% para 39% da população brasileira.

• O Brasil digital

Tão desconhecido e ameaçador quanto o Brasil Emergente é o Brasil Digital, uma nação de 43 milhões de internautas, dos quais 11,5 milhões são usuários residenciais, líder mundial em horas navegadas pela internet (21 horas e 44 minutos mensais), líder mundial em uso de mensagens instantâneas (Messenger) com 31,5 milhões de usuários (equivalente a 12% dos usuários mundiais do serviço), maior nacionalidade dentro da Rede Social Orkut, com 54% do total de usuários.

• Os dois Brasis do presente

Seis décadas depois, a existência de diferenças sociais sérias no país é inegável. Entretanto, nota-se, sobretudo na última década, uma

aceleração das oportunidades de acesso a bens até então vedados à grande parte da população. Além disso, o Brasil deu passos importantes na melhoria de praticamente todos os índices que compõe o IDH. Um grande exército de consumidores entrou em campo, munido de crédito, renda e vontade de desfrutar uma melhor qualidade de vida.

Consumidores vorazes, primeiro de eletrodomésticos; depois de celulares; produtos de consumo ligados à higiene pessoal; automóveis; materiais de construção; agora, esse grupo volta-se intensivamente para o consumo de informação, tangibilizado pelo computador com acesso à Internet.

Comportamento

• Estilo de vida

Os jovens da classe A e da classe C têm estilo de vida bastante diferenciado. Os de classe A tendem a estudar de manhã, em escola privada, com frequência estão matriculados em cursos de idioma, de arte e fazem atividades físicas.

Os de classe C tendem a estudar em escolas públicas, dedicando-se muitas vezes a cursos profissionalizantes, com frequência estudam à noite e trabalham de dia. Em comum, há a ociosidade entre os jovens de ambas as classes.

• Família

A família dos jovens de classe C – quando estruturada no padrão tradicional de pai, mãe e filhos – tende a reproduzir a divisão social do trabalho: homens provedores e mulheres socializadoras de seus filhos. Assim, o homem está sempre mais fora de casa, trabalhando, e mais distante dos filhos do que a mulher. A mãe, ainda que trabalhe fora, é sempre mais presente, disponível e, em parte por isso, mais próxima.

A família dos jovens de classe A – da perspectiva de seus filhos – também segue o padrão televisionado pelas novelas. O pai trabalha muito para prover os filhos de certas “mordomias”, mas em contrapartida está ausente, chegando à casa cansado e estressado, mais disposto a cobrar dos filhos do que a conversar. A conversa familiar fica restrita ao fim de semana, e nota-se predominância da vontade de contato com a família.

• Tecnologia – “Ter o mundo nas mãos”

Para os jovens o mundo atual é melhor do que o de seus pais no que se refere à liberdade de atitude e às novas tecnologias de comunicação, que

propiciam mais "ter o mundo em nossas mãos". Por outro lado, acreditam que a situação piorou nos aspectos de violência, tráfico de droga e desemprego. Os desafios para o futuro passam por saber se desvencilhar de tais ameaças, se preparando, estudando e se qualificando para a vida adulta. O acesso à Universidade Pública é o caminho mais seguro, que pode levar à tranquilidade e estabilidade profissional. Os jovens de classe C sentem que para cruzarem esse caminho precisarão vencer adversidade imposta pela qualidade ruim das escolas públicas.

• **Os dois Brasis se aproximam: tecnologia e sexo tornam o mundo melhor do que o mundo dos pais**

Já no que se refere à percepção que os jovens têm do mundo atual, do mundo na época dos pais e dos desafios para o futuro, há unanimidade independente da classe social, da cidade em que mora, do sexo e do uso que faz da Internet.

Para todos, o mundo atual é pior que o mundo de seus pais no que se refere à violência, ao uso das drogas e ao desemprego. Por outro lado, acreditam que os dias atuais são melhores do que o passado nos seguintes aspectos: existência de mais liberdade, mais tecnologia de comunicação.

Política:

Mais para "Tropa de Elite" do que para "O que é isso Companheiro"

O declínio do "Homem Público"

De Norte a Sul, tem-se tal avaliação negativa da política. As discordâncias começam a aparecer quando se trata da frequência de políticos corruptos. Para alguns jovens, há exceções. Também não se tem concordância em relação à avaliação se o Brasil tem jeito. Para alguns, sim, para outros, não.

No entanto, assusta perceber como os jovens se inserem nesse campo de disputa política em busca de um Brasil melhor. Em geral, adotam uma postura individualista ao propor soluções. Acreditam que os protestos em espaços públicos eram bons, mas ficaram para trás.

Não tem teorias ou doutrinas pelas quais lutem. O meio ambiente ainda é capaz de mobilizar alguns. São jovens que rejeitam a política, os políticos, as instituições democráticas, mas não se unem, não

protestam, não buscam - porque não sabem - soluções. Reclamam em suas vidas privadas - com os amigos e familiares - e se restringem a isso e ao levar a vida de maneira correta.

CONSUMO:

Da total independência à dependência total Aqui os Brasis também se aproximam

- **Os perfis de consumo**

O hábito de consumo dos jovens entrevistados não varia de acordo com a região da moradia, o sexo ou o uso que fazem da internet. A partir de seus depoimentos, foi possível perceber que a junção da classe social e da inserção dos gastos do jovem na conta familiar pode explicar melhor a atitude de comprar.

- **O Independente Total**

Ele pode ser de classe A ou de classe C. Ele se distingue dos demais no que se refere ao ato de se deslocar, escolher, decidir e pagar sozinho. Desta forma, encaixa-se nesse perfil, a moça de classe A que mora em Fortaleza e que tem cartão e talão de cheques financiado pelo pai - com limite alto ou livre - e o rapaz que trabalha no Rio de Janeiro e que recebe o seu salário. Ou seja, o caracteriza esse consumidor jovem é a total autonomia para comprar. Desta forma, podemos encontrar desde os mais impulsivos consumidores até comedidos. E ainda aqueles que já foram mais impulsivos e com a experiência passaram por um processo de moderação.

- **O Semi-Independente**

Ele tende a ser de classe A. Trata-se do jovem que recebe mesada e consegue administrar os seus recursos, podendo comprar algumas peças sem ter que necessariamente depender de seus responsáveis. No entanto, o seu poder de compra é limitado e, com frequência, precisa recorrer ao cartão e a bolsa da mãe. Quando isso acontece, de modo geral, a mãe o acompanha na hora da compra.

INTERNET: Tá tudo conectado!

Onde os Brasis se aproximam

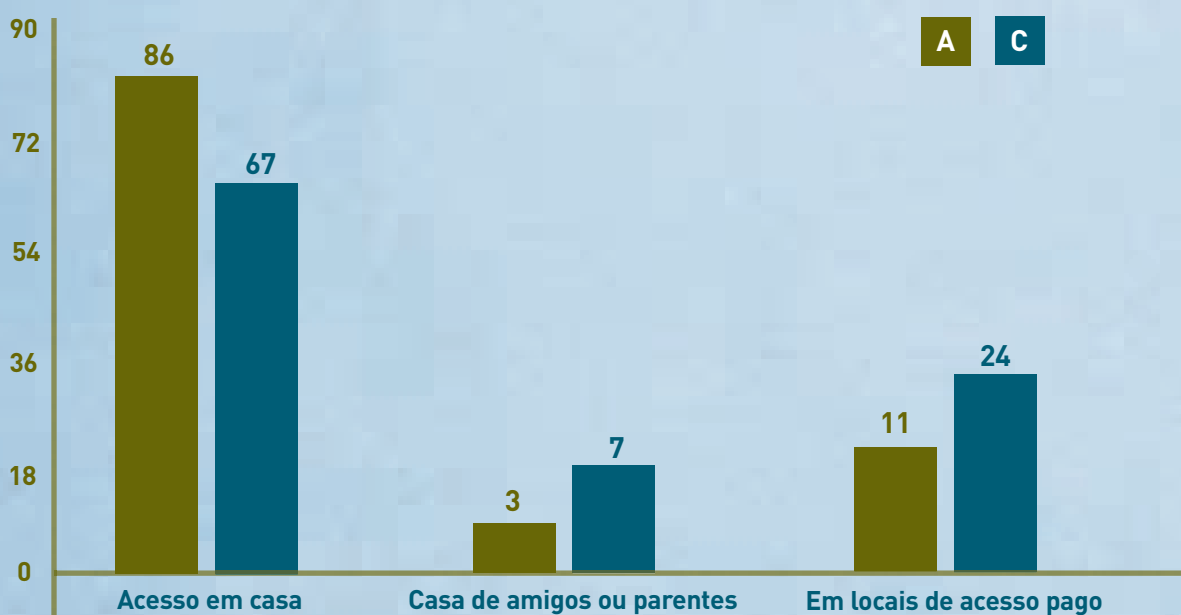
Ao analisarmos o comportamento dos jovens sobre o seu hábito junto a Internet é fácil perceber que existe uma zona de uso comum: Orkut, Google e Youtube. Esses são os sites mais visitados por rapazes e

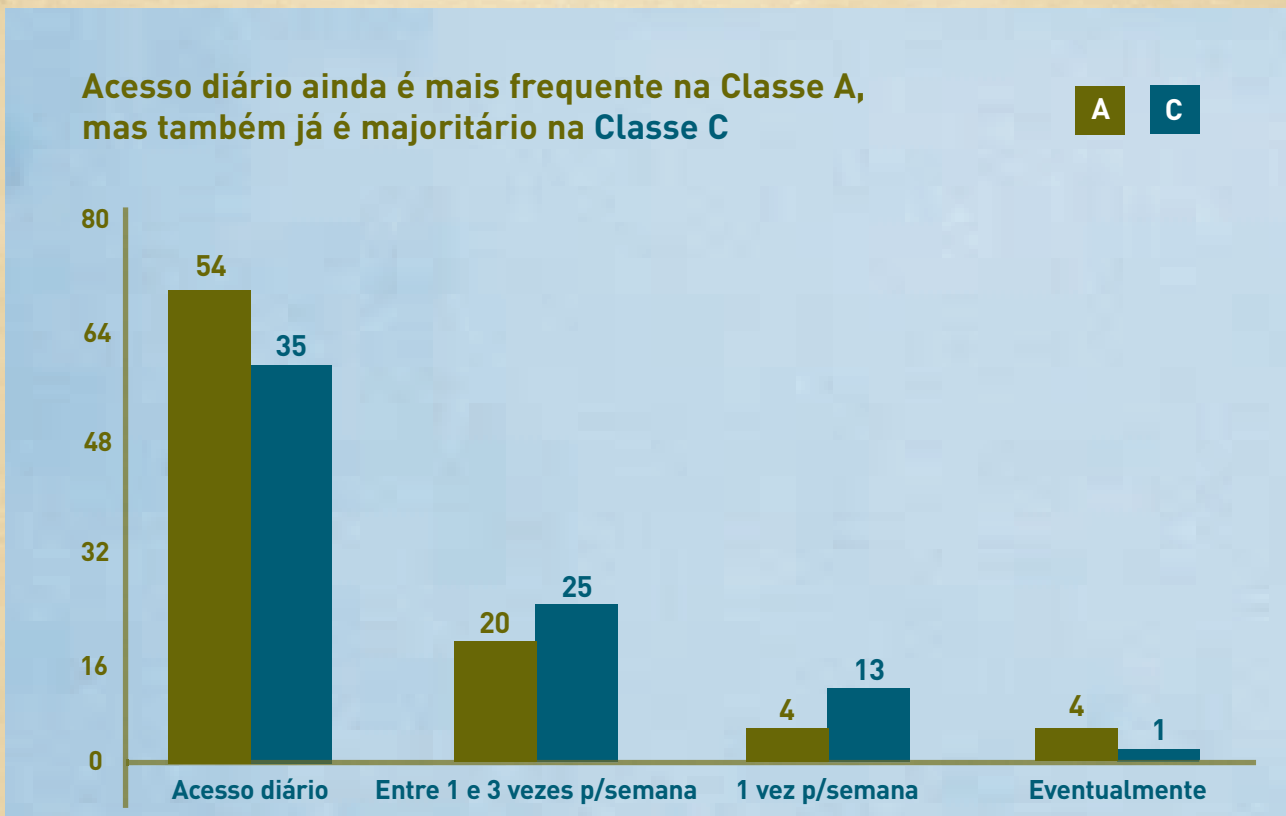
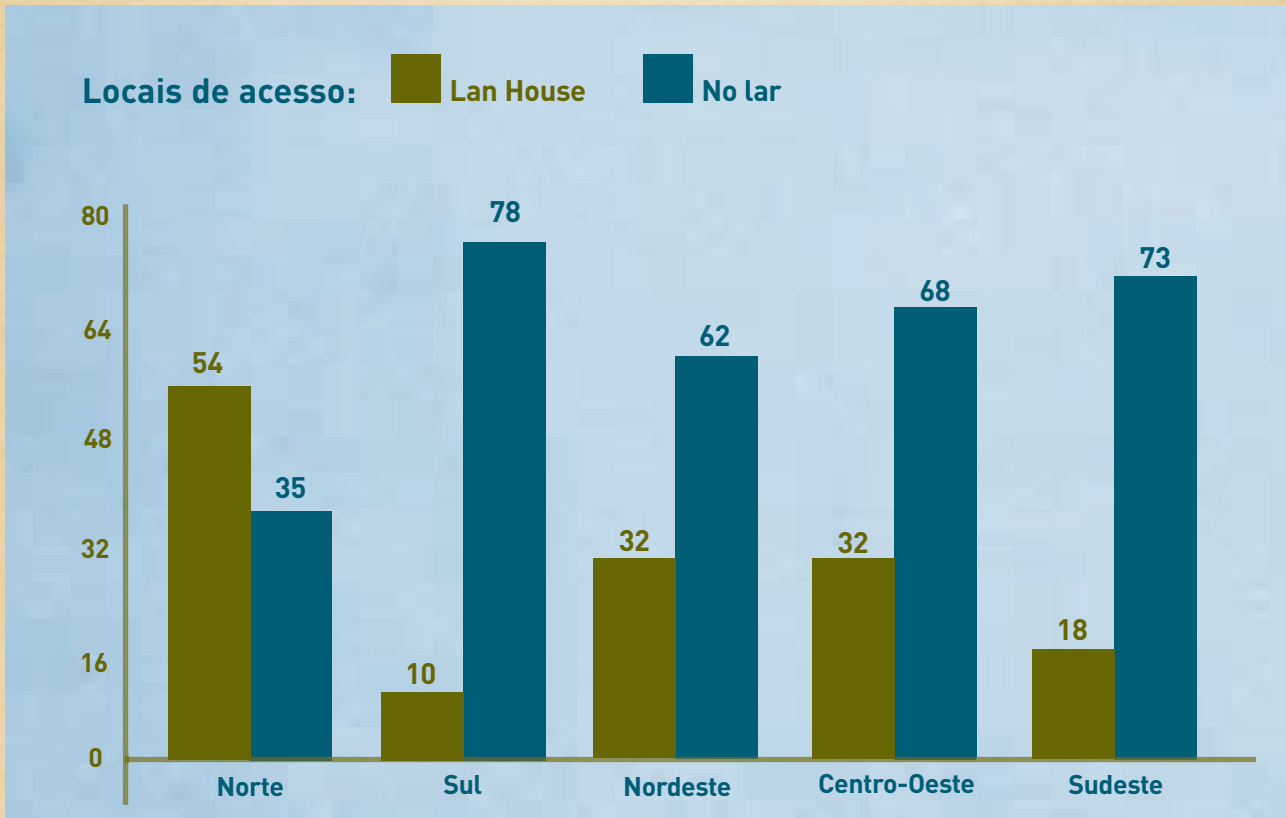
moças de Norte a Sul do país de diferentes classes sociais. Nesse aspecto, a expectativa inicial de que haveria um uso que aproximaria os jovens de classe média alta àqueles de classe média baixa se confirma.

Onde os Brasis de distanciam

No entanto, quando eles saem dessa zona de uso comum, surgem diferenças. Os jovens lêem jornais e escutam rádio via Internet, mas quando o fazem reproduzem na Internet as diferenças de hábito do mundo real. Por exemplo, o seletivo grupo de classe alta intelectualizada, aqui melhor expresso pela moça de São Paulo que lê Estadão e Folha de São Paulo, e o grupo de classe média baixa do subúrbio da moça do Rio de Janeiro, que lê o Extra. Cabe deixar claro que esses são casos extremos e que nem toda classe alta tem apego à intelectualidade e aos finos hábitos de cultura, muito pelo contrário. E o oposto também se aplica à classe média baixa.

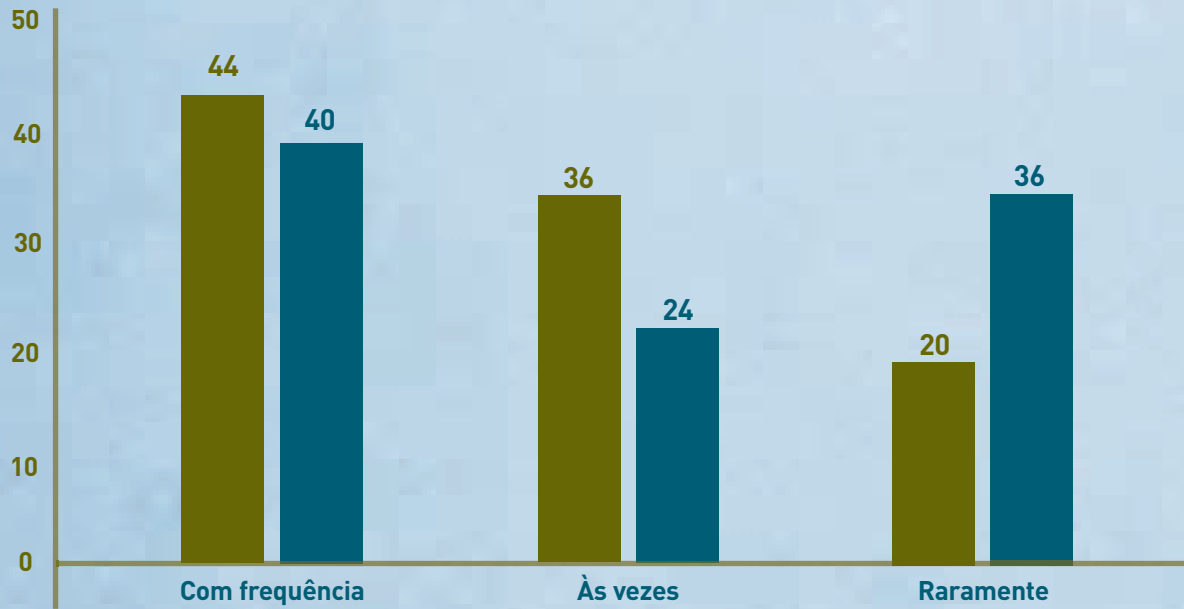
O mesmo pode se dizer para o acesso em casa. O acesso pago ainda é mais frequente na classe C, especialmente em determinadas regiões do país





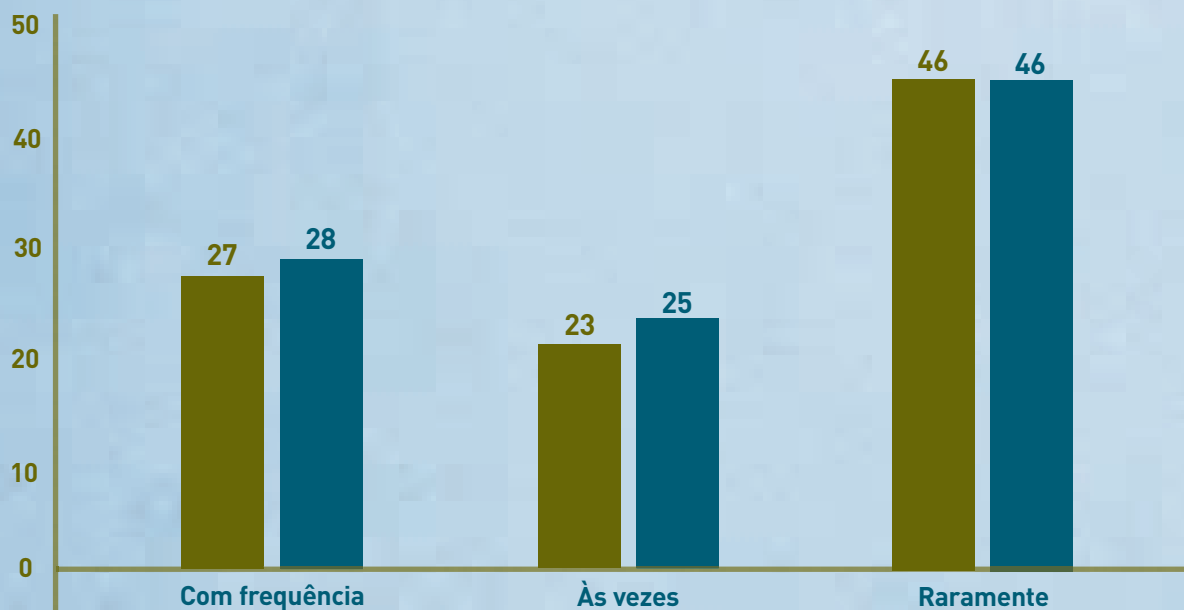
Baixar músicas

A C

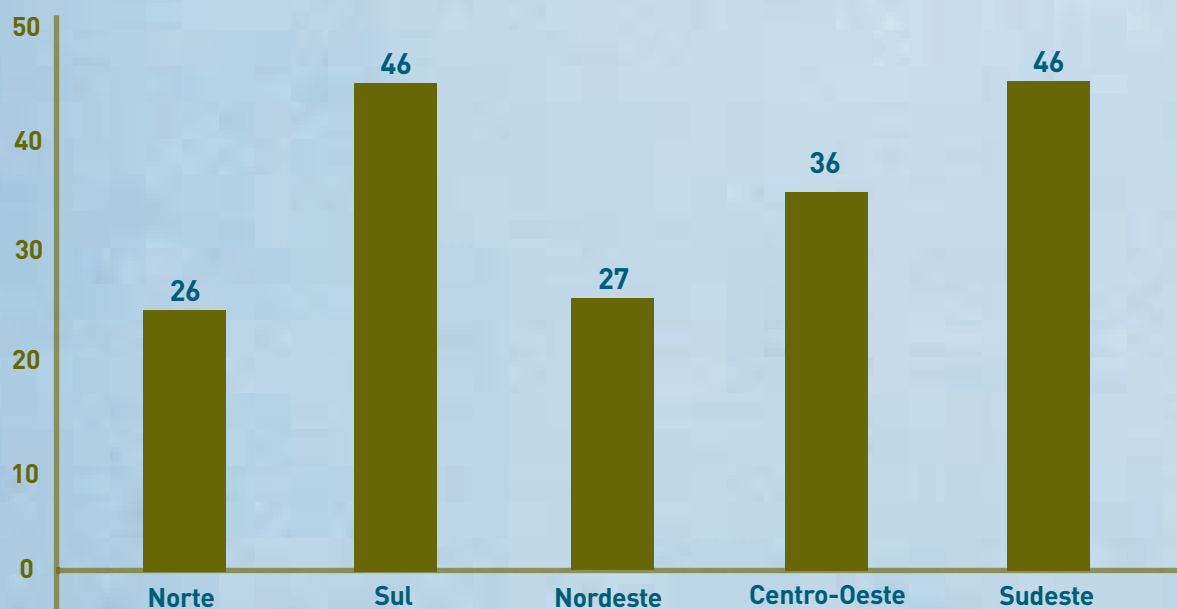


O encontro dos dois Brasis na Web: jogos

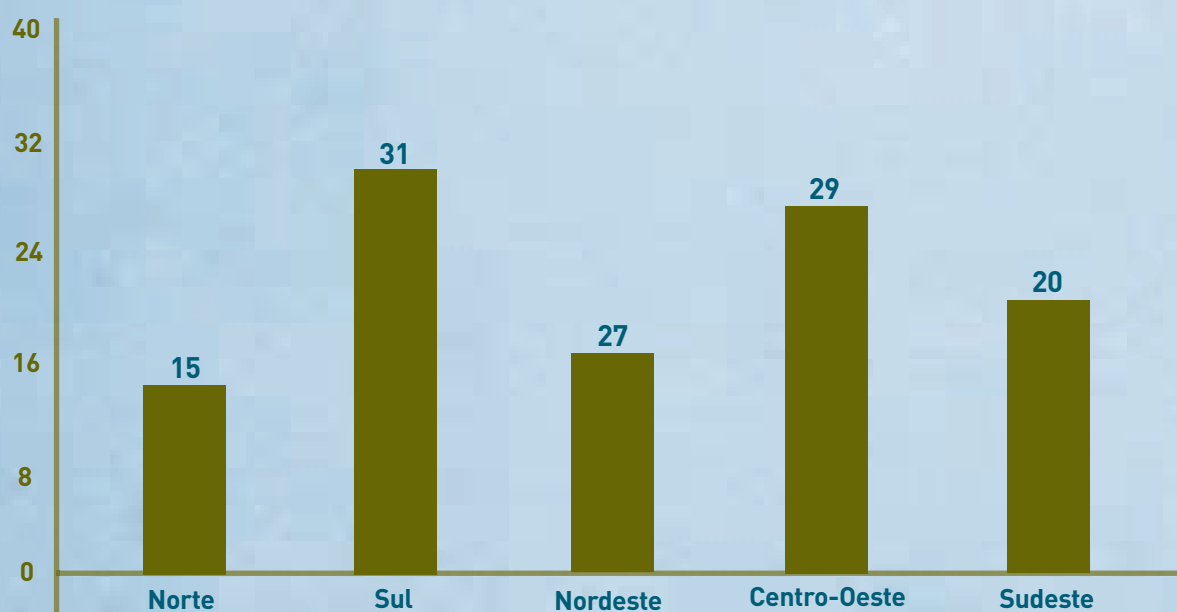
A C



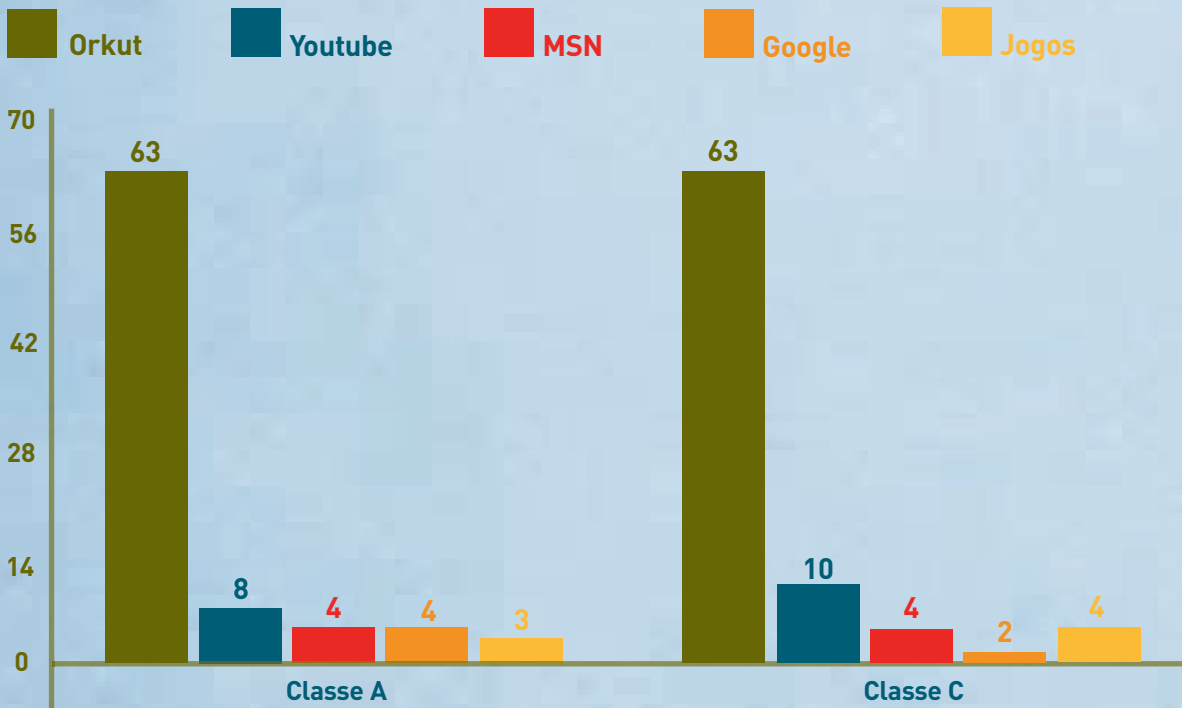
No sul: o maior hábito de baixar músicas



No sul: o maior hábito de baixar vídeos

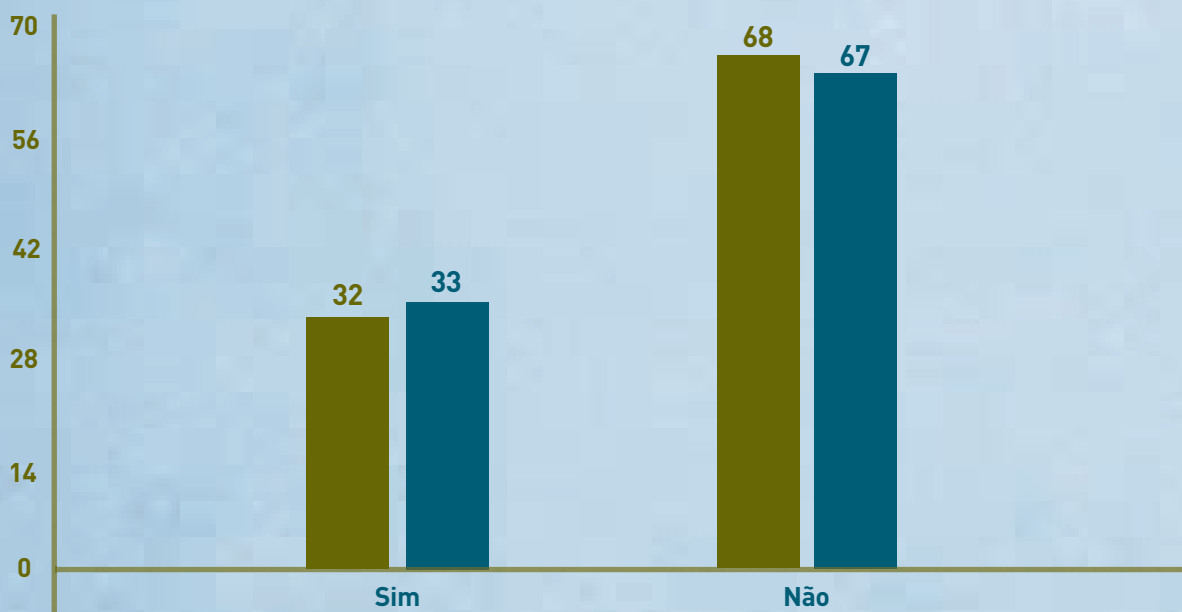


O encontro dos dois Brasis na Web:



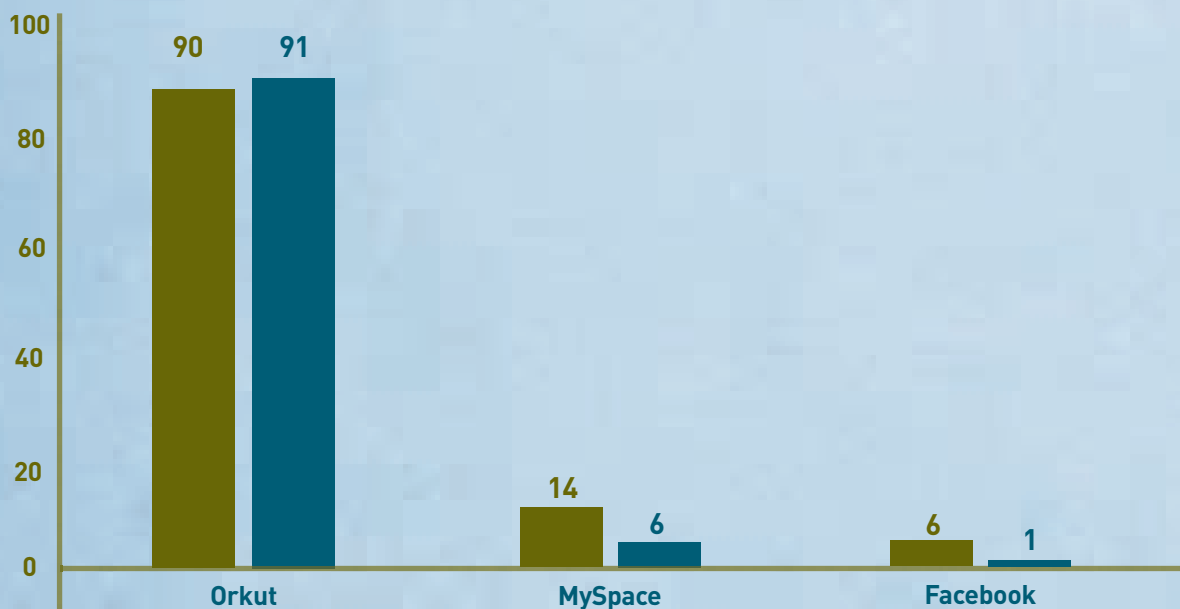
O encontro dos dois Brasis na Web: Eu não vou me cadastrar!

A **C**



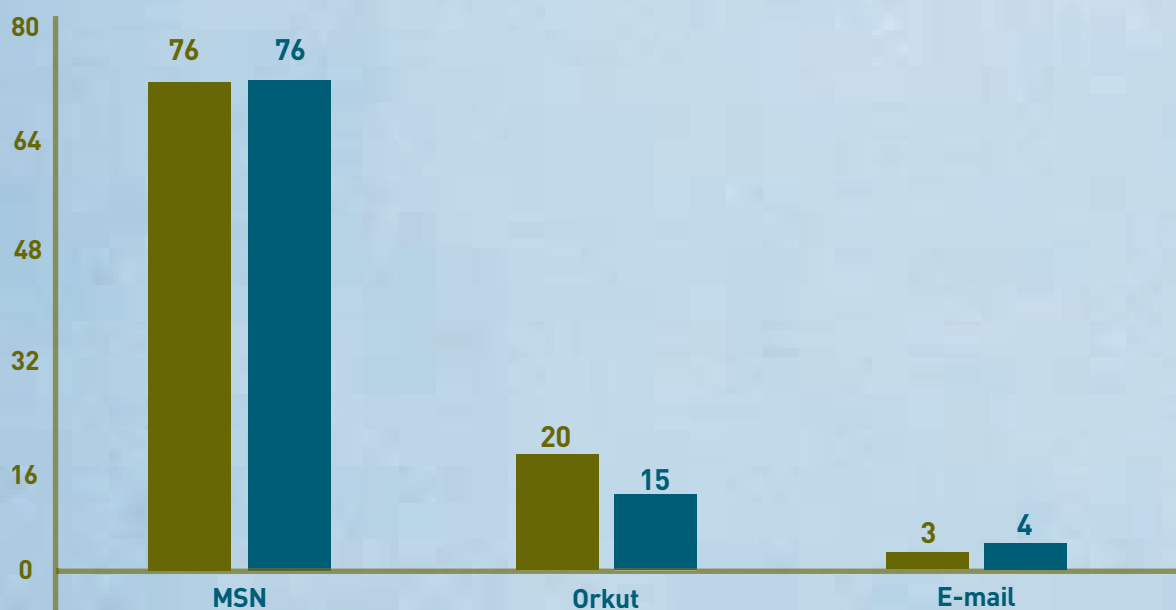
O encontro dos dois Brasis na Web:
Participação em redes sociais

A C



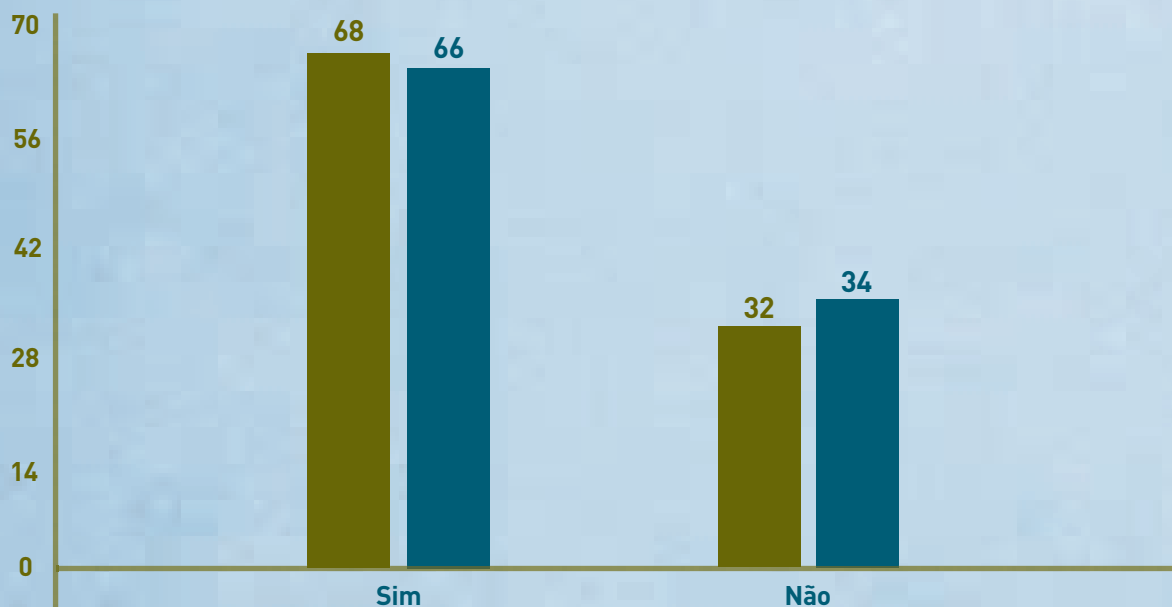
O encontro dos dois Brasis na Web:
Forma de se comunicar com amigos

A C



O encontro dos dois Brasis na Web: Participação em comunidades

A C



Amigo é coisa para se guardar...

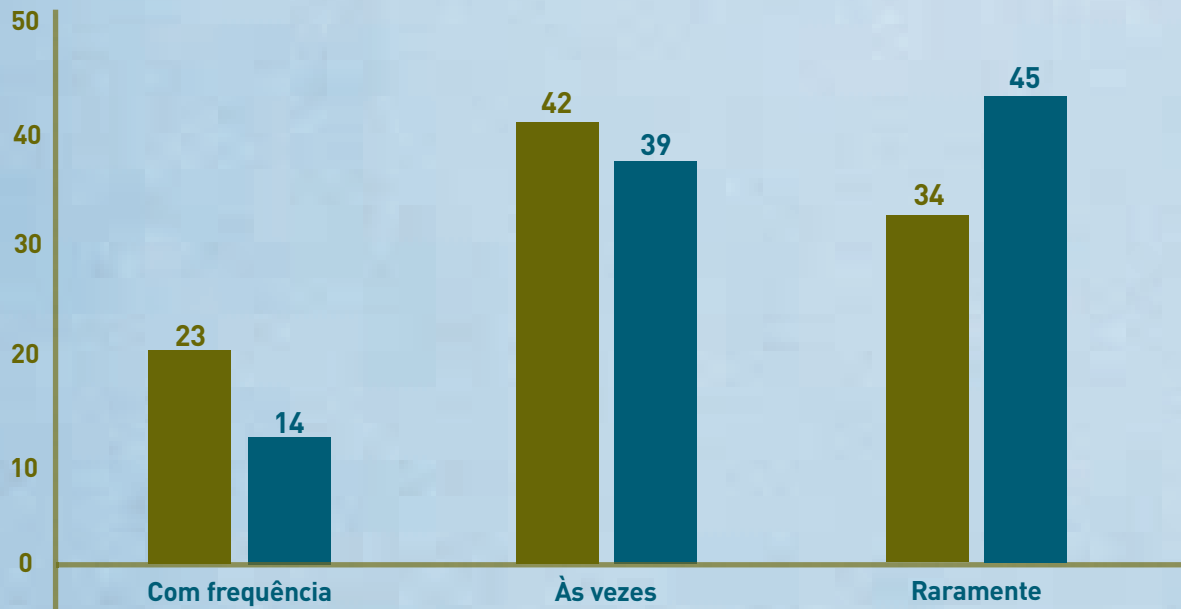
A amizade (associação entre iguais) exerce forte influência sobre os jovens para estabelecer padrões de escolhas e determinar comportamentos.

Constatou-se que o relacionamento dos jovens é baseado em afeição, empatia, lealdade e confiança, a partir da semelhança de interesses dos envolvidos, e que essa é a forma de sua conceituação de amizade.

Apesar de a nossa cultura estimular o individualismo, a amizade sempre surge como valor maior em entrevistas com jovens. Os amigos são aqueles com os quais se pode contar nos momentos de dificuldades. Por isso, o altruísmo é o atributo mais utilizado para definir a amizade.

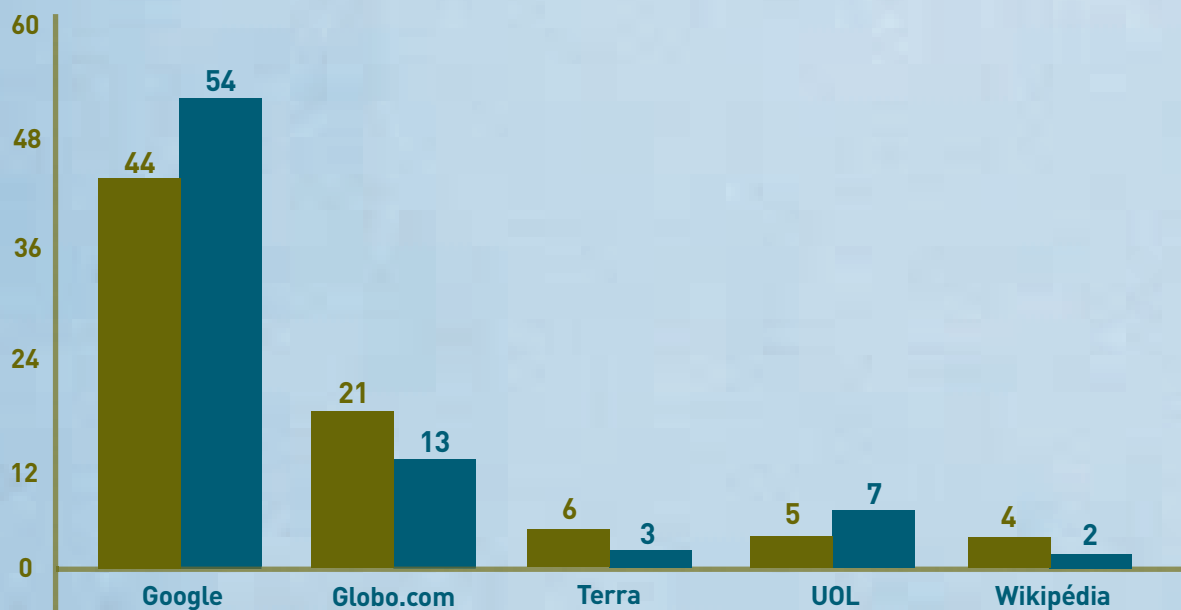
**O encontro dos dois Brasis na Web:
Hábito de leitura na Web**

A C



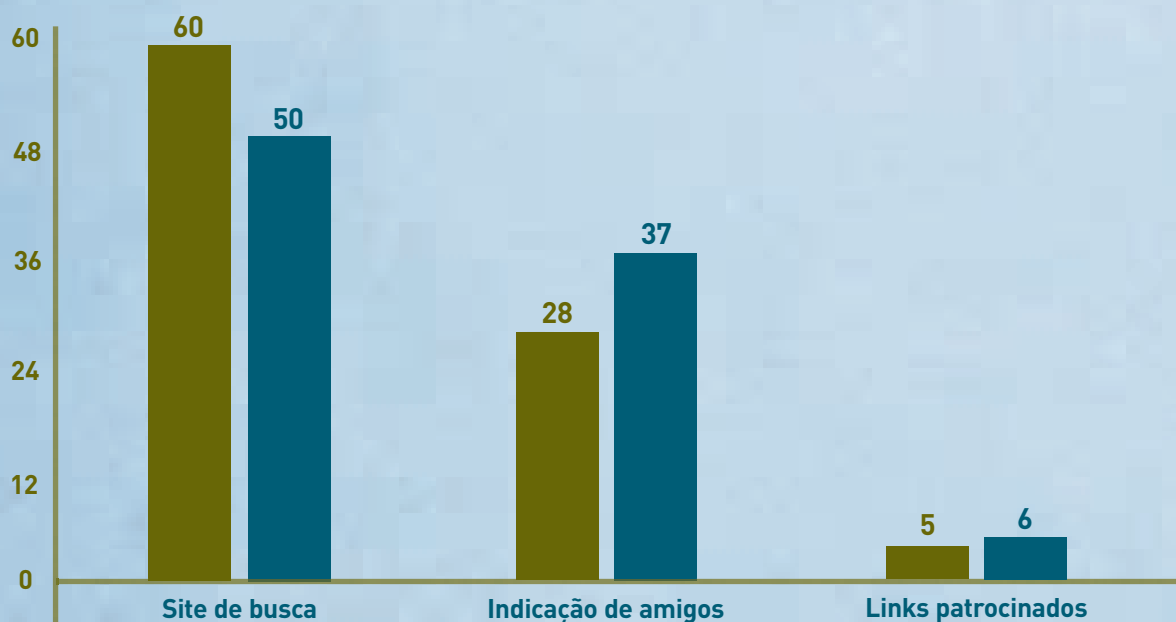
**O encontro dos dois Brasis na Web:
Hábito de busca na Web**

A C

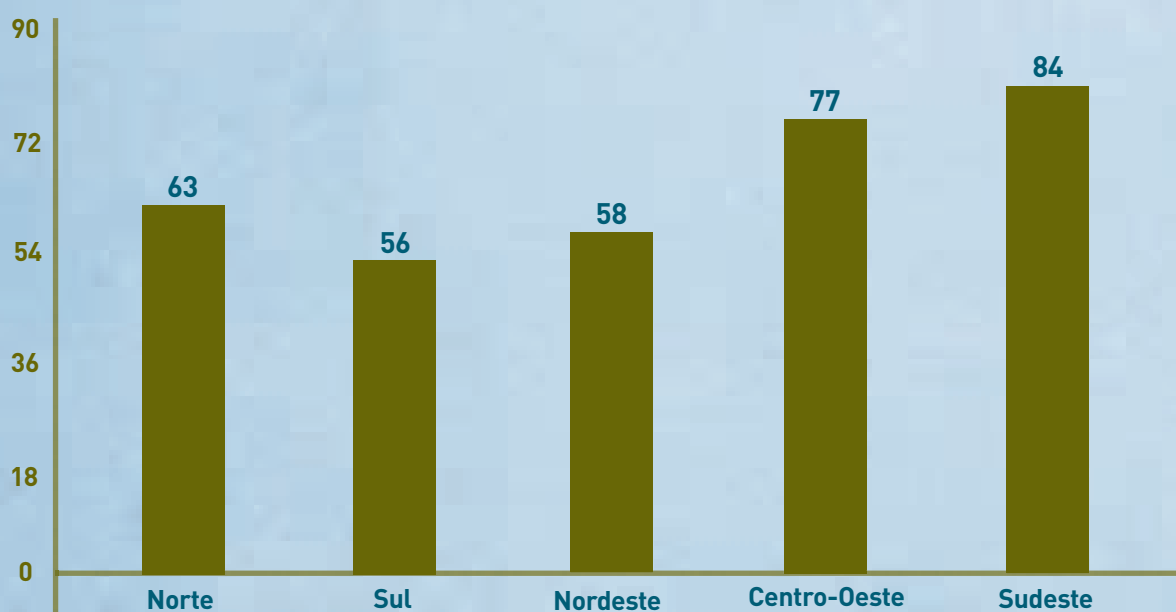


O encontro dos dois Brasis na Web: Interesses

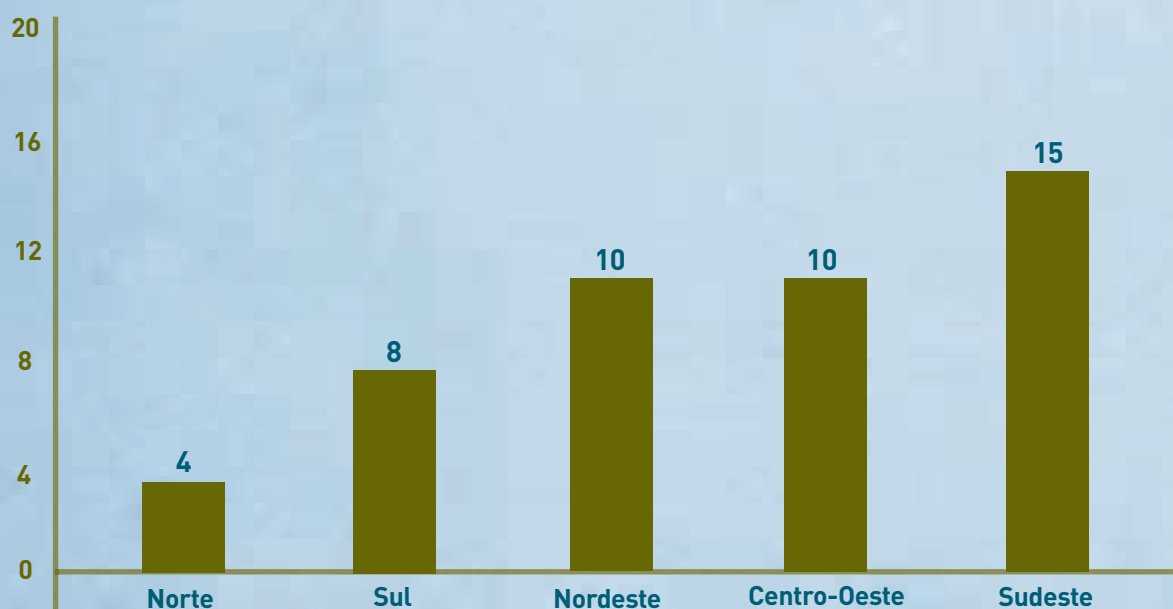
A C



No Sudeste conversar com amigos é mais importante



No Sudeste as pessoas gostam de ler blogs



@ não é CEP

A pesquisa mostrou que essa mesma característica de ausência de diferenciação de classe da Internet é explorada pelos jovens para transpor barreiras sociais e ultrapassar limites impostos por sua condição social. O E-Mail substitui o CEP, rompe fronteiras e preconceitos, acaba com o bairro, a cidade, o estado e até mesmo o país.

www = liberdade

No momento em que se comunica e interage livremente com o outro, é quando o jovem supera os anteparos que lhe são impostos, ganha identidade, se sente ele mesmo, autônomo, não depende de ninguém, pode se afirmar, ser verdadeiro, independente dos familiares, dos mais velhos, dos professores, da sociedade – enfim, é quando ele fica livre.

Todos os jovens entrevistados, de um modo ou de outro, revelaram que talvez a maior contribuição da Internet para sua inserção no mundo da vida é a da socialização, isto é, a propriedade de facilitar o

relacionamento e a troca de experiências com outros jovens, sem as limitações que o meio (pais, regras, condição social) ou a própria idade (inexperiência, insegurança, imaturidade) impõem.

Internet = alegria de viver

Sem sombra de dúvida, este “aperçu” da pesquisa mostra que o jovem encontra na Internet o meio ideal para expressar sua alegria de viver e/ou superar ou atenuar as tristezas e dificuldades do dia-a-dia. Esta constatação é simples, aparentemente óbvia e de fácil percepção, mas permanece ignorada pela quase totalidade dos que, apesar de reconhecer e até alardearem a imensa importância da WEB, não enfatizam a dimensão da alegria em sua comunicação com a juventude.

Dicas para as empresas

- De uma forma geral são poucas as empresas que estão conseguindo se relacionar de maneira relevante com os jovens na internet.
- Os sites “quentes” variam por classe, sexo e região, mas é possível encontrar algumas unanimidades.
- Os sites apontados como os mais “quentes” pelo público foram os que ultrapassaram a barreira da informação e ofereceram alguma experiência única sob forma de entretenimento ou interatividade.
- Há grande oportunidade em alguns segmentos específicos como moda, calçados, alimentação e ensino de um modo geral, por se tratarem de categorias altamente afins e com uma relação digital “pobre” com o jovem, especialmente na classe C.