

O JOVEM PELO JOVEM

UMA PESQUISA QUALITATIVA SOBRE A
GERAÇÃO Z NA PANDEMIA



JUNHO 2020

Departamento de
Comunicação



GERAÇÃO Z QUEM É A GERAÇÃO Z?

SÃO JOVENS NASCIDOS A PARTIR DE 1995. FAMILIARIZADOS COM TECNOLOGIAS DIGITAIS, SÃO **HIPERCONECTADOS**. O “Z” VEM DE ZAPEAR, ISTO É: TROCAR DE CANAIS DE MANEIRA CONSTANTE. SÃO **JOVENS “GLOBAIS”**, OU SEJA, SINTONIZADOS COM OS JOVENS DE OUTROS PAÍSES.

UMA **GERAÇÃO FOCADA NA “VERDADE”**, PREOCUPADA COM O **“PROPÓSITO”** E BUSCANDO MAIOR INDEPENDÊNCIA E ENGAJAMENTO EM CAUSAS SOCIAIS. SÃO TAMBÉM A **GERAÇÃO DA ANSIEDADE**.

MAS **COMO** ANSIEDADE, INDEPENDÊNCIA E LIBERDADE SE MATERIALIZAM NA ROTINA DESSES JOVENS? **QUAL O SIGNIFICADO** DE “PROPÓSITO” E “ENGAJAMENTO”? E COMO TUDO ISSO SE DÁ NO **CONTEXTO DA PANDEMIA** DO CORONA VIRUS QUE ATINGIU O MUNDO EM 2020, DEMANDANDO ISOLAMENTO E APONTANDO AS FORTES DESIGUALDADES SOCIAIS?

DE DENTRO DAS NOSSAS CASAS, **FOMOS “A CAMPO” DESCOBRIR**.

* FOTOS USADAS SÃO ILUSTRATIVAS.

METODOLOGIA DE PESQUISA

ESSA PESQUISA É RESULTADO DE UMA ESTRATÉGIA PEDAGÓGICA BASEADA EM PROJETOS. ISTO É, UM MÉTODO DE ENSINO VOLTADO PARA A RESOLUÇÃO DE UM PROBLEMA, NO NOSSO CASO: **UM ENTENDIMENTO QUALITATIVO DA GERAÇÃO Z**. ESSE MÉTODO ENVOLVEU UMA **INVESTIGAÇÃO EMPÍRICA** E A **PRODUÇÃO DE UMA PERSPECTIVA CRÍTICA ORIGINAL** SOBRE OS DADOS ENCONTRADOS, CONDUZIDA PELOS PRÓPRIOS ALUNOS DA DISCIPLINA DE PESQUISA DE MERCADO DA GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PUC-RIO.

COM A MINHA ORIENTAÇÃO, O PROJETO PARTIU DA REVISÃO DE UMA ABORDAGEM SÓCIO-ANTROPOLÓGICA E LEVANTAMENTO DE DADOS SECUNDÁRIOS SOBRE A GERAÇÃO Z PARA O ENTÃO DESENVOLVIMENTO DE UMA **METODOLOGIA DE PESQUISA QUALITATIVA** APROPRIADA. NESSE PROCESSO, CONTAMOS COM O APOIO DA AGÊNCIA WMCCANN, REPRESENTADA PELA DIRETORA DE PLANEJAMENTO LUIZA PORTELLA, QUE GARANTIU A SINTONIA DO PROJETO COM PROBLEMAS REAIS DO MERCADO.

A TRAJETÓRIA DA PESQUISA CONTEMPLOU: DESENHO DE METODOLOGIA DE PESQUISA QUALITATIVA, ELABORAÇÃO DE QUESTIONÁRIO, RECRUTAMENTO DOS ENTREVISTADOS, CONDUÇÃO DE ENTREVISTAS INDIVIDUAIS SEMIESTRUTURADAS E EM PROFUNDIDADE VIA APLICATIVOS DE SOFTWARE PARA VIDEOCONFERÊNCIA, TRANSCRIÇÃO DOS DADOS ENCONTRADOS, ANÁLISE DOS DADOS E PRODUÇÃO DO RELATÓRIO FINAL - AQUI DISPONÍVEL AO PÚBLICO.

NUM CONTEXTO DE ISOLAMENTO SOCIAL, OS ALUNOS LIGARAM AS CÂMERAS DE SEUS COMPUTADORES PARA **CONVERSAR COM OUTROS 66 JOVENS** E **ENTENDER O QUE A GERAÇÃO Z ESTÁ VIVENDO** DURANTE A PANDEMIA DO CORONA VÍRUS.

TODOS OS ESTÁGIOS DA PESQUISA FORAM CONDUZIDOS PELOS PRÓPRIOS ALUNOS, QUE ATUARAM COMO UM TIME E EM CONJUNTO GERARAM MAIS DE 120 HORAS DE GRAVAÇÃO DE ÁUDIO. SE ESTA PESQUISA CONSERVA UM CARÁTER EXPERIMENTAL, ELA OFERECE **INSIGHTS** IMPORTANTES A RESPEITO DA **ROTINA DE JOVENS DE DIFERENTES ÁREAS DO RIO DE JANEIRO**.

BOM PROVEITO.

ANA CAROLINA BALTHAZAR
ANTROPÓLOGA, PHD.

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

ENTREVISTADOS

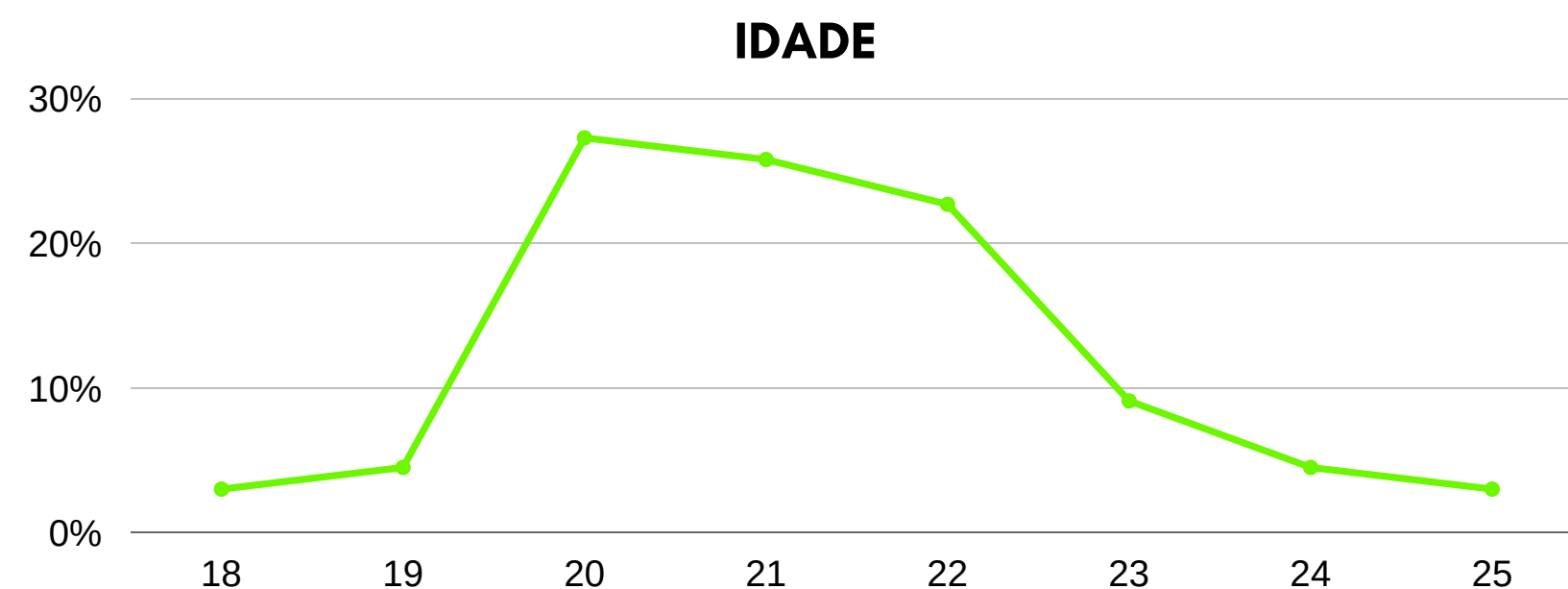
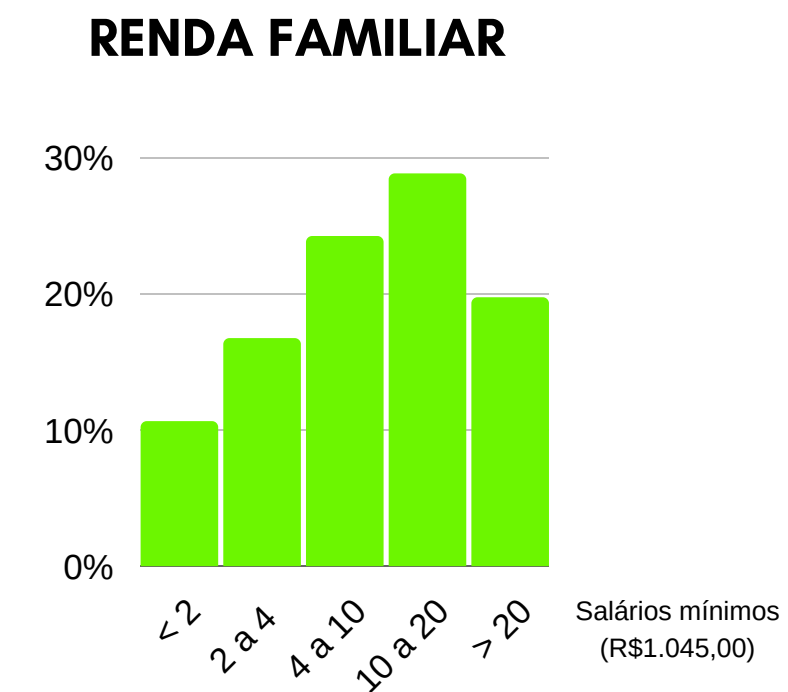
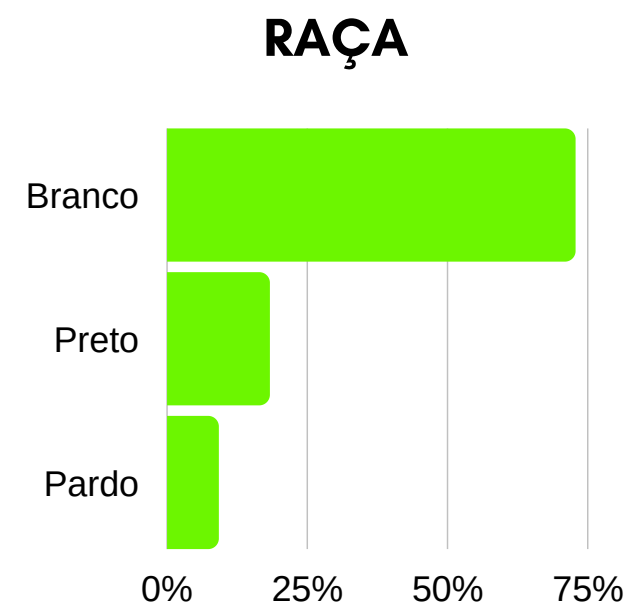
EM
YEM
EM



PERFIL DOS ENTREVISTADOS

66 JOVENS

PERFIL PERF



* INFORMAÇÕES AUTO-DECLARADAS.

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

66 JOVENS

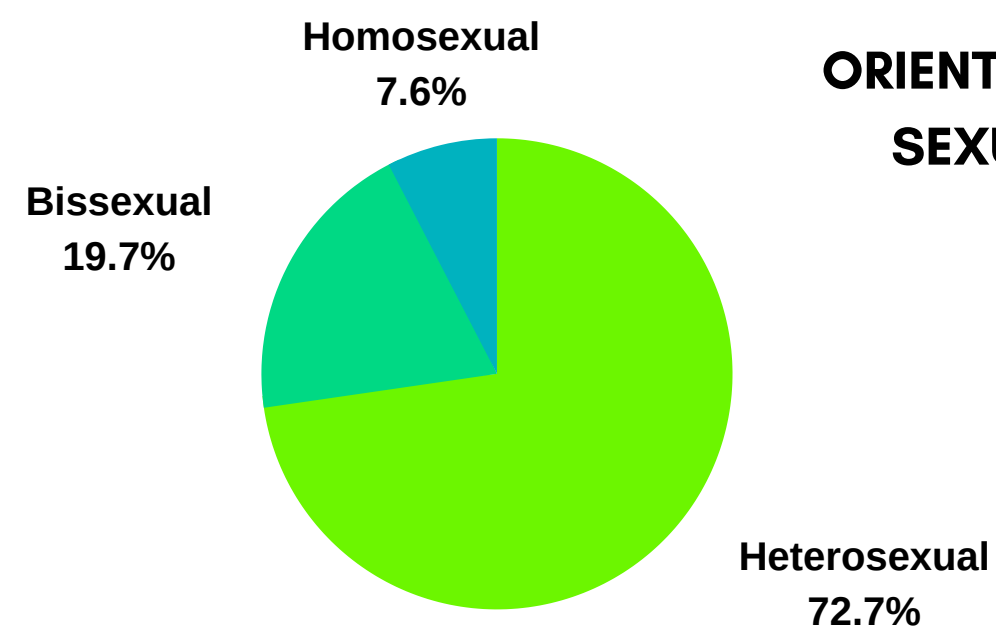
PERFIL PERF



GÊNERO



ORIENTAÇÃO SEXUAL



* INFORMAÇÕES AUTO-DECLARADAS.

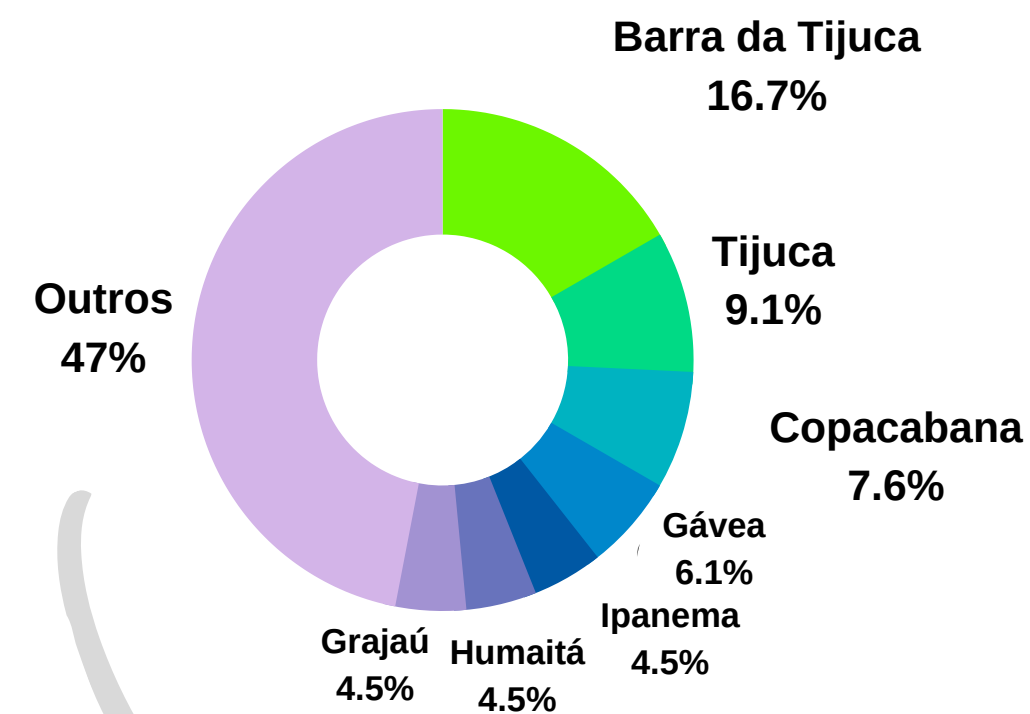
PERFIL DOS ENTREVISTADOS

66 JOVENS

PERFIL PERF



BAIRRO



OUTROS

ZONA SUL: Botafogo, Jardim Botânico, Lagoa, Laranjeiras, São Conrado, Vidigal

ZONA OESTE: Campo Grande, Freguesia, Jacarépaguá, Recreio, Sepetiba, Vila Kennedy, Vila Valqueire, Vargem Pequena

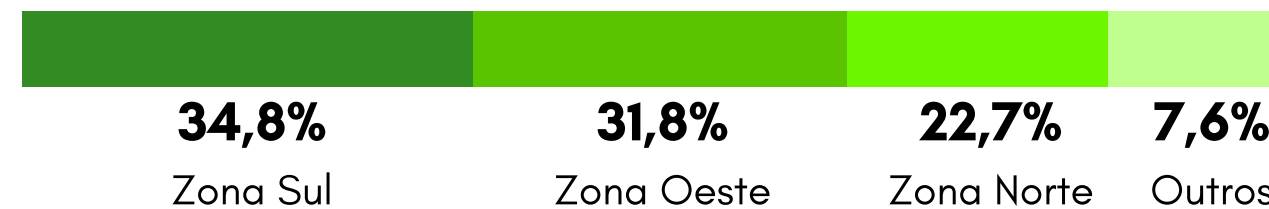
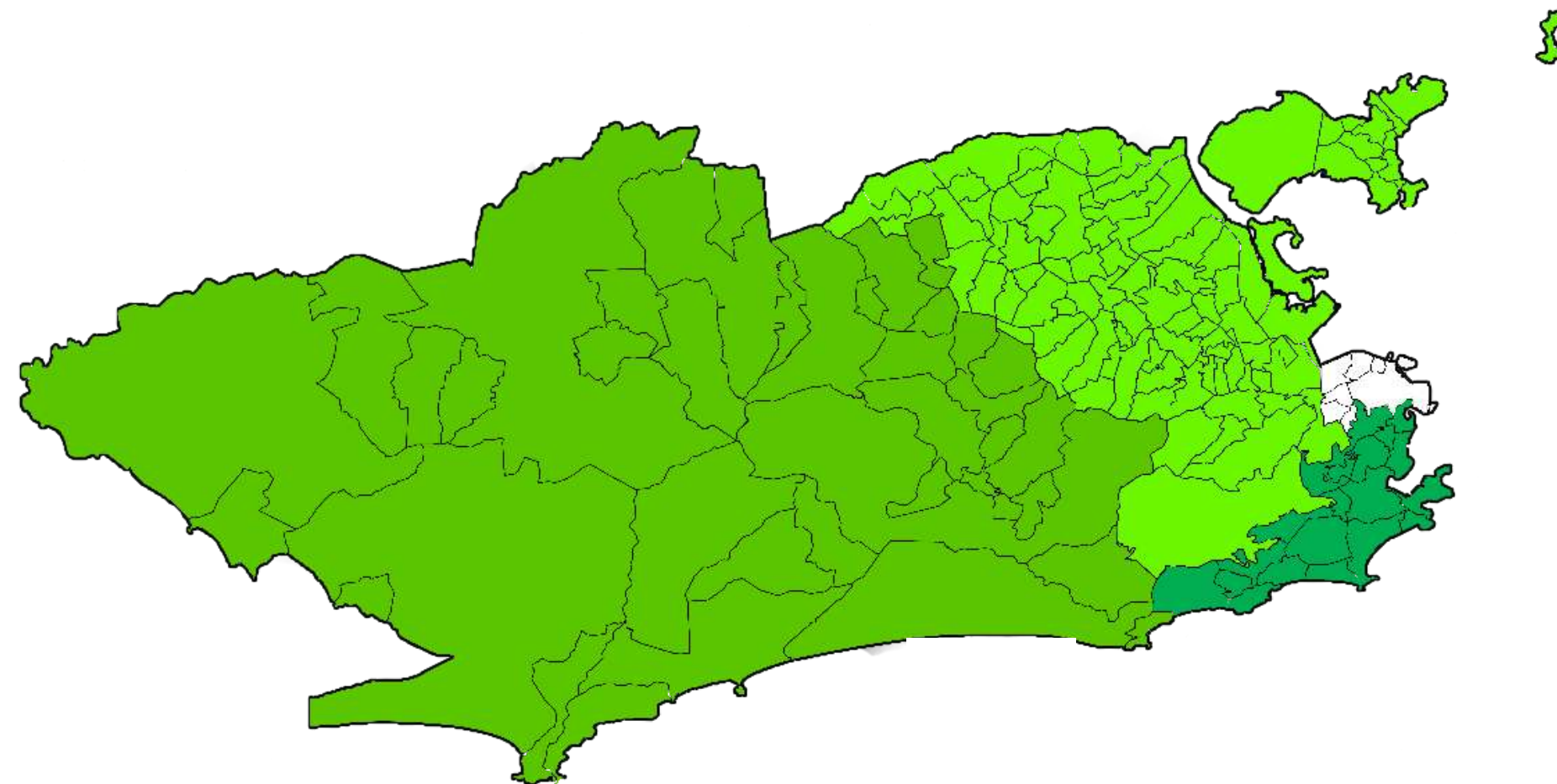
ZONA NORTE: Andaraí, Ilha do Governador, Mangueira, Marechal Hermes, Méier

FORA DO RIO: Duque de Caxias, Niterói e Paraíba

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

66 JOVENS

PERFIL PERF



* INFORMAÇÕES AUTO-DECLARADAS.

O JOVEM

“O JOVEM - SEMPRE HUMANO, SINGULAR (E COLETIVO) - BUSCA NO OBJETO - FREQUENTEMENTE FORMA, INANIMADO, “ESTRANGEIRO” - UM INSTRUMENTO DE DIFERENCIAÇÃO, EXTERNALIZAÇÃO E EXPRESSÃO DE SI E, NESSE PROCESSO CULTURAL E SOBRETUDO CONSTITUTIVO DE AMBOS, VISANDO A SOCIALIZAÇÃO E O PERTENCIMENTO, SUJEITO E OBJETO SE CONSTROEM E SE MODIFICAM MUTUAMENTE” (PEREIRA E BELEZA, 2018).



TÓPICOS DA PESQUISA

TÓPICOS DA PESQUISA

- SONHOS E MEDOS
- SAÚDE E BELEZA
- ROTINA NA PANDEMIA
- RELAÇÃO COM AS MÍDIAS
- CONSUMO E MARCAS
- CONSUMO E CAUSAS SOCIAIS
- CONSCIÊNCIA DO PRIVILÉGIO
- CONCLUSÃO: APRENDIZADOS!

SONHOS E MEDOS

SONHOS E MEDOS

ENQUANTO OUTRAS PESQUISAS APONTAM A MANEIRA QUE A **GERAÇÃO Z** ROMPE COM OS RÓTULOS TRADICIONAIS E ALCANÇA UMA **LIBERDADE DE EXPRESSÃO** MAIOR DO QUE OUTRAS GERAÇÕES, A ROTINA DE MUITOS JOVENS TAMBÉM ENVOLVE UMA “AUTO-GESTÃO” PERMEADA POR **PRESSÕES E METAS**.

SONHOS E MEDOS

A ANSIEDADE SOBRE O FUTURO

97% dos entrevistados falaram que se sentem ansiosos. Alguns dos motivos são: não ter controle das situações, pensar demais no futuro, a faculdade, as incertezas da vida e demandas ou obrigações.

65% afirmou pensar muito no próprio futuro. Ansiedade, frustração e até tortura foram citadas como consequências de pensar muito no futuro. **As suas principais preocupações são estabilidade financeira, emocional e profissional.**

O jovem com *renda familiar acima de 10 SM* é o que mais pensa no futuro, com 75% da amostra respondendo positivamente à pergunta. O jovem com *renda familiar até 2 SM* foi o mais indeciso, com 27%. Já o grupo que se mostrou menos preocupado com o futuro é composto pelos jovens com *renda familiar 04 - 10 SM*, com 31% da amostra respondendo negativamente à pergunta.

"Eu quero uma coisa planejada, metódica, que seja tudo certinho."

Jovem de 21 anos, moradora de Vargem Pequena

"Você não deixar a vida te levar, você realmente conseguir chegar aonde você queria. (...) Porque você fica com uma sensação de que você tem que fazer as coisas, tá na hora de correr porque só depende de você e isso causa uma ansiedade mas é uma ansiedade que eu acho até boa. Não é uma ansiedade que paralisa, sabe"

Jovem de 21 anos, moradora do Humaitá

"Eu tracei uma meta de futuro, pra que eu consiga alcançar aquilo, [preciso aplicar] várias coisas no meu presente (...) A partir do momento que eu não cumpra com qualquer um desses aspectos eu começo a me cobrar e a me responsabilizar e as vezes essa responsabilidade acaba em culpa. (...) Acho que o presente é uma culpa e o futuro é uma ansiedade."

Jovem de 20 anos, morador do Vidigal



SONHOS E MEDOS

© FUTURO PROFISSIONAL

A preocupação com o **futuro profissional** é constante em suas vidas. Querem planejar e organizar o futuro o quanto antes, se cobrando já agora no presente. **Uma necessidade de ter o controle** para que as situações seguintes ocorram exatamente como eles programaram.

A formação de uma família acaba em segundo plano.

"Eu não consigo pensar tanto tempo assim distante porque me causa uma ansiedade absurda. Começo com comparações absurdas e fico pensando como vou chegar àquela meta se não estou fazendo nada ou se as coisas que estou fazendo não estão surtindo efeito."

Jovem 20 anos, morador do Vidigal

"Eu não penso no presente nem no passado, apenas sobre o meu futuro. Juro por Deus. Eu quero alcançar todos os meus objetivos, ser bem sucedido e trabalhar com o que eu gosto, é só sobre isso que eu penso."

Jovem 20 anos, morador de Campo Grande



SONHOS E MEDOS

SATISFAÇÃO COM A FACULDADE

Mais da metade (57,6%) dos jovens entrevistados se dizem **satisfeitos com o curso**. Dentre os motivos citados estão a possibilidade de aprender diversos assuntos, as oportunidades no mercado e a identificação com o próprio curso. Também chamou a atenção que **estudantes de universidades públicas** citaram o quanto a troca de experiências favoreceu o **crescimento pessoal**, devido à pluralidade de vivências e de pessoas nesse ambiente. Outro detalhe é que mesmo gostando do curso, estudantes de exatas reconhecem a pressão e a ansiedade gerada pelas escolhas profissionais.

"Eu tô bastante satisfeito, apesar do sofrimento, eu entendo que eu vou ter que sofrer."

Jovem 20 anos, morador da Barra da Tijuca/Jacarepaguá

Outros jovens (27,3%) indicaram estar satisfeitos, mas apontaram também motivos para descontentamento. Parte deles acredita que o curso usa métodos antiquados e carece de aulas práticas. **Alguns alunos de universidades particulares disseram que falta diversidade e inclusão nas instituições.**

"É um curso bem bom. Eu gosto que tantos os professores quanto os alunos, é um curso de comunicação social, todo mundo é meio preocupado com o social. Uma coisa que eu não acho tão legal, é que é na PUC a gente não tem muita diversidade."

Jovem 18 anos, morador de Icaraí

SONHOS E MEDOS

SATISFAÇÃO COM A FACULDADE

Um terceiro grupo (**13,6%**) se mostrou **insatisfeito com o respectivo curso**. Alguns entrevistados citaram quebra de expectativa por uma “utopia” criada antes de ingressar na faculdade que não se concretizou. Outra parte apontou que só continua no curso por se sentir pressionado a terminar o que já iniciou.

● ● ● *“Não, não muito. É mais de ter que terminar mesmo que já comecei, e o proveito que eu levo dele não é muito grande.”*

Jovem 22 anos, morador da Barra da Tijuca

A questão da **mudança de curso** entre os jovens universitários também se reflete bem na pesquisa. Aqueles que fizeram uma segunda escolha profissional representam 13,6% dos entrevistados e todos estão no grupo dos que se dizem satisfeitos com o curso. O único entrevistado que ainda está em processo de transição disse ainda estar insatisfeito.

É curioso que, na pesquisa, a parcela dos entrevistados que **continua num curso que traz insatisfação é igual a daqueles que concretizam uma mudança** (13,6%), o que nos permite questionar o discurso sobre a liberdade de escolha e da busca por felicidade entre jovens.

SONHOS E MEDOS

TRABALHO DOS SONHOS

A maioria dos jovens entrevistados têm como trabalho dos sonhos algo que pode ser alcançado através do seu curso. Assim, podemos concluir que uma grande parcela dos jovens, por estarem cada vez mais preocupados com o futuro, **pensam em uma carreira profissional muito cedo** e, assim, já escolhem o seu curso com um objetivo claro em mente.

“Eu gostaria muito de trabalhar com esporte, mas na parte de gestão. Mais atrelado à minha função, engenharia de produção. É o que mais gosto, o que mais interessa.”

Jovem 22 anos, morador da Tijuca

Para a nossa surpresa, a maioria dos entrevistados respondeu querer um trabalho que se encontra dentro do mercado mais tradicional. Associamos essa preferência com o **desejo desses jovens em obter estabilidade financeira**, objetivo citado diversas vezes na pesquisa.

No entanto, apesar da maioria dos entrevistados estar cursando o ensino superior, **9% citaram desejar trabalhar com algo que não depende de graduação superior**, como jogar futebol ou modelar internacionalmente.

“Às vezes eu fico pensando que um dos maiores sonhos da minha vida é alcançar o ápice da minha carreira como modelo, viajar o mundo inteiro carregando nomes incríveis, podendo ser aquela pessoa que dita moda.”

Jovem 20 anos, morador do Vidigal

SONHOS E MEDOS

PROPÓSITO E RECONHECIMENTO PÚBLICO

Apesar da maioria dos jovens ainda terem na sua profissão dos sonhos uma preferência por um cargo profissional específico, **27% se sente mais guiado por um propósito**. Além disso, **somente 1/3 dos entrevistados não têm um sonho profissional definido**. Podemos concluir que a maioria dos jovens, apesar de preocupado com estabilidade financeira, deseja impactar positivamente a vida das pessoas ao redor e, além disso, trabalhar com algo que goste.

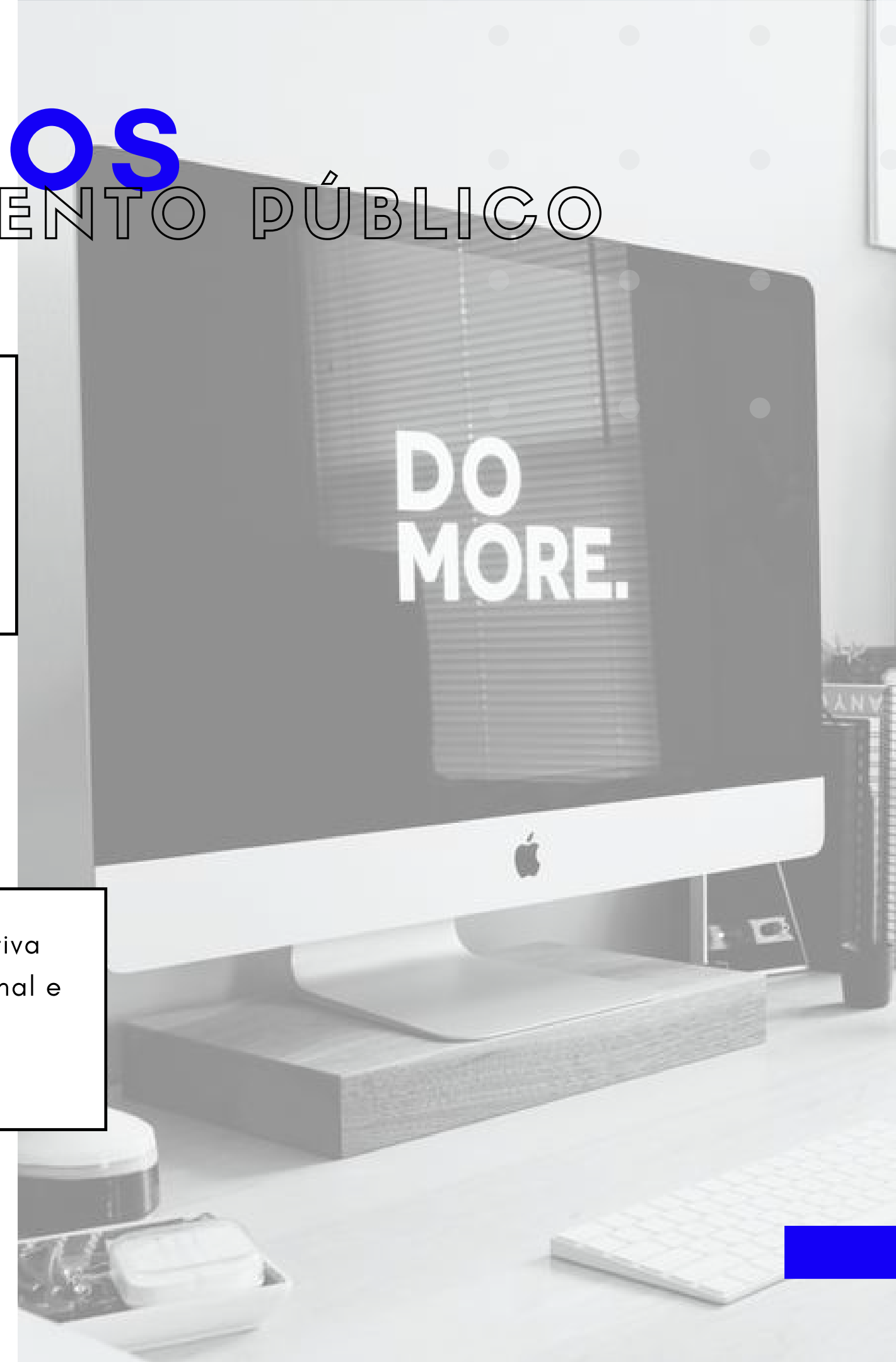
"Acho que é fazer algo que eu goste, tenha prazer e ao mesmo tempo ter algum tipo de impacto, mesmo que pequeno, na vida de alguém. Pode parecer muito pequeno, você vê resultado ajudando outras pessoas com algo que você faz é o que eu mais quero."

Jovem 23 anos, moradora da Lagoa

Dentre os 61% que desejam alcançar uma posição específica, nota-se também que uma parcela significativa quer ainda chegar à uma posição de destaque dentro de sua profissão. Ser CEO, âncora do Jornal Nacional e trabalhar em uma multinacional são algumas das respostas. Identificamos que essa é uma **geração ambiciosa**, que deseja sucesso profissional e, principalmente, o **reconhecimento público**.

"Meu trabalho dos sonhos é trabalhar na Warner e ser uma diretora, (...) ser alguém com nome lá."

Jovem 21 anos, moradora da Taquara, Jacarepaguá



SONHOS E MEDOS

PREOCUPAÇÃO COM A SAÚDE MENTAL

No entanto, a maioria dos nossos entrevistados dizem **se preocupar com a sua saúde mental** e terem feito alguma mudança na vida em função disso. Dessas mudanças as mais recorrentes foram **parar de falar com certas pessoas, respeitar o próprio limite, fazer terapia, mudar o curso/faculdade, se afastar das redes sociais** e mudar consigo mesmo. Apenas 12,12% dos entrevistados dizem não fazer mudanças para o bem da sua saúde mental ou não se preocupam com isso.

● ***“Eu já deixei de ser amiga de pessoas porque se apoiavam no meu emocional entendeu, porque a pessoa tinha um emocional fraco e como eu não tinha um emocional fraco essa pessoa se apoiava em mim (...) pra mim é o número um, é minha saúde mental”***

● Jovem de 20 anos, moradora do Grajaú

● ***“Acho que assim, se uma pessoa me faz mal e eu não quero ter essa pessoa na minha vida, eu corto mesmo.”***

● Jovem de 21 anos, moradora de Icaraí

● ***“Fiquei cerca de uns 2 anos sem dançar, sem fazer nada, achando que isso ia me fazer bem. Mas muito pelo contrário, piorou mais ainda a situação. E aí eu tive que retornar na dança. Eu não ia conseguir manter uma sanidade mental sem o que realmente me fazia bem.”***

● Jovem 20 anos, morador de Vila Valqueire



SONHOS E MEDOS

RELIGIÃO

53% se consideram religiosos e boa parte dos que se consideram religiosos não praticam com frequência. No entanto, apesar de não serem a maioria, alguns entrevistados se mostram muito dedicados a práticas vinculadas a instituições religiosas.

"Eu sou espírita Kardecista. Tenho religião, mas não sou praticante."

Jovem de 20 anos, morador da Barra da Tijuca

"Eu não me considero uma pessoa religiosa, mas eu me considero uma pessoa espiritualizada. Porque eu não sigo uma religião, na minha vida eu fui inserida ao catolicismo e ao evangelho e eu sigo o espiritismo. Mas não sigo uma religião específica (...)"

Jovem de 24 anos, moradora de Vila Kennedy

"Então, eu sou cristã protestante (...) eu costumo ir à igreja aos sábados e aos domingos, eu estou sempre envolvida, né, bastante com a igreja. Eu faço parte do ministério de louvor e eu também sempre ajudo com as crianças dentro da igreja."

Jovem de 23 anos, moradora da Ilha do Governador



PARA ATENUAR A ANSIEDADE, UM AUMENTO EM PRÁTICAS DE
AUTO-CUIDADO E PRESERVAÇÃO DA **SAÚDE MENTAL**.

SAÚDE E BELEZA
SAÚDE E BELEZA



SAÚDE E BELEZA

UMA ROTINA DE AUTO-CUIDADO

Nossos entrevistados entendem autocuidado de diversas formas, destacando-se **higiene, estética e saúde física e mental**. As práticas mais citadas foram de cuidado com pele e cabelo, exercícios e yoga, além de cultivarem o autoconhecimento por meio de terapia, religiosidade e de um controle maior do uso do celular.

Muitos acreditam que não praticam mais o autocuidado devido a uma **rotina atarefada, com trabalho e faculdade**.

“Cuidados de beleza eu tento ter o máximo possível, eu gosto de me cuidar mas com o tempo, com a correria, mesmo sem ter aula presencial, eu as vezes me descuido. Costumo cuidar da minha pele, do meu cabelo. Procuro fazer exercício físico, não pra manter um padrão mas manter uma forma de saúde.”

Jovem 21 anos, morador de Niterói

“Pratico muita atividade física, não deixo de arrumar o espaço em que eu vivo, não deixo de cuidar da minha estética na medida do possível, acho que autoestima e bem estar são fatores fundamentais que se comunicam o tempo todo para você levar uma vida descente, digna. Estar bem comigo mesmo, não só fisicamente, como mentalmente falando, cuidar da minha higiene, de mim.”

Jovem 22 anos, morador de São Conrado.

SAÚDE E BELEZA

UMA ATENÇÃO PARA CABELO E PELE

Sobre o cuidado com o cabelo e pele analisamos que **mulheres tem rotinas mais rigorosas que os homens**. Elas cuidam da sua pele diariamente lavando com sabonete específico, passando filtro solar e hidratante. Com os seus cabelos, elas tem o hábito de lavar dia sim, dia não, e tentam manter um cronograma capilar, hidratando em média 1 vez por semana. Já o sexo masculino comentam muito sobre a importância de manter o corte e barba em dia. Gostam de experimentar mais com seu visual.

Ambos sexos demonstraram tendências a pele oleosa/acneica, utilizando produtos para esse tipo de problema.

"Teoricamente eu tenho que fazer hidratação uma vez por semana, mas às vezes eu tipo ah tá frio não vou fazer, e aí eu deixo pra outra semana. Ele fica preso o dia todo sabe e, quando chega no final de semana, que eu faço hidratação e aí eu desembaraço direitinho, mas no dia-a-dia eu não cuido. Todo dia eu lavo o rosto duas vezes e uma vez eu lavo com sabonete de glicerina que é pra tirar a oleosidade e aí eu passo filtro solar, uso todo dia. E antes de dormir às vezes eu passo algodãozinho com água micelar pra deixar a pele respirando enquanto eu durmo. Se estiver muito frio, eu lavo com hidratante."

Jovem 22 anos, moradora de Laranjeiras

"Pré quarentena eu tinha o costume de cortar todo mês, porque esse meu cabelo que tá aqui agora mais, não é o meu normal. Eu gosto mesmo de cortar, mas eu tô agora de barba que era uma coisa que nunca deixava crescer, mas agora eu tô deixando pra realmente testar e ver como vai ficar. Mas em questão de cuidado com cabelo, eu tenho lavar ele dia sim, dia não."

Jovem 21 anos, morador de Marechal Hermes

SAÚDE E BELEZA

SE PREOCUPAM COM O ENVELHECIMENTO?

Metade dos jovens entrevistados não se preocupam com o envelhecimento, afirmando que é algo natural ou que estão muito novos para pensar nisso. Enquanto isso, a outra metade se preocupa com o envelhecimento, mas não tomam nenhuma medida preventiva, como hábitos de cuidados com a pele, com alimentação ou exercícios físicos.

18% dos jovens se preocupam com o envelhecimento e cultuam hábitos para prevenir ou retardar a ação do tempo. Essa preocupação se traduz num cuidado com a pele, aliado a atividades físicas. O uso do protetor solar ganha destaque tornando-se fundamental para eles, independente do gênero. Entre os homens, a preocupação com a calvície já se apresenta.

"Me preocupo, sempre procuro praticar esporte e me movimentar, algo que lá na frente vai fazer falta."

Jovem 20 anos, morador do Grajaú

"Atualmente, não é uma preocupação. Eu sou bem tranquilo com envelhecimento, eu acho que é algo natural, sabe? Então, zero me cobro. Sei que vai acontecer."

Jovem 22 anos, morador da Tijuca

"Me preocupo, assim talvez eu me preocupo mais do que eu ajo em cima dessa preocupação. Eu penso em parar de comer carne vermelha e carne como um todo, em realmente ter hábitos mais saudáveis, mas não acabo tendo todos eles."

Jovem 22 anos, morador de Ipanema

DURANTE O *ISOLAMENTO SOCIAL* A ANSIEDADE SOBRE O FUTURO E AS PRÁTICAS DE AUTO-CUIDADO JÁ PRESENTES NA ROTINA DO JOVEM SE INTENSIFICARAM.

**ROTINA NA
PANDEMIA**
PANDEMIA

PANDEMIAS

ROTINA NA PANDEMIAS

○ TEMPO PERDIDO ○

Na rotina de isolamento social dos jovens, chama atenção a **falta da diferenciação e divisão entre fins de semana e dias da semana.**

Como consequência, acabam trocando o dia pela noite. Isso acontece por estarem em casa quase 24 horas todos os dias, fazendo com que os relógios biológicos e a noção de tempo sejam prejudicados. Portanto, muitos têm a **percepção que o ano não aconteceu.**

● ***"[...] Eu me perco completamente nos dias. Só sei que hoje é sexta, porque tem RuPaul's Drag Race"***

Jovem 25 anos, moradora da Tijuca

● ***"é que a gente fica em casa e a gente fica meio parado né, a nossa vida meio que parou por conta do vírus, então no futuro... sei lá eu sinto que to atrasando minha vida, que não to vivendo"***

Jovem 20 anos, moradora do Grajaú

● ***'Tenho estado bem ansioso, frustrado do ano não ter acontecido ...'***

Jovem 20 anos, outro morador do Grajaú



PANDEMIAS

ROTINA NA PANDEMIA

○ QUE MUDOU

Destacaram-se pontos como:

Relacionamento: ao passar mais tempo com a família, gerou-se uma aproximação; em contrapartida há menos tempo com os amigos e namorados, que é algo que lhes faz falta.

Produtividade durante o dia: os dias se tornaram improdutivos para alguns, que perderam hábitos como atividades físicas, além de estarem sem aula ou sem trabalho.

Deslocamento: o tempo significativo de deslocamento se mostrou como diferencial na rotina dos jovens que perdiam muitas horas no trajeto casa - faculdade / trabalho.

- ***“...Mudou porque antes eu não tinha tempo para fazer nada e agora eu tenho para fazer tudo.”***

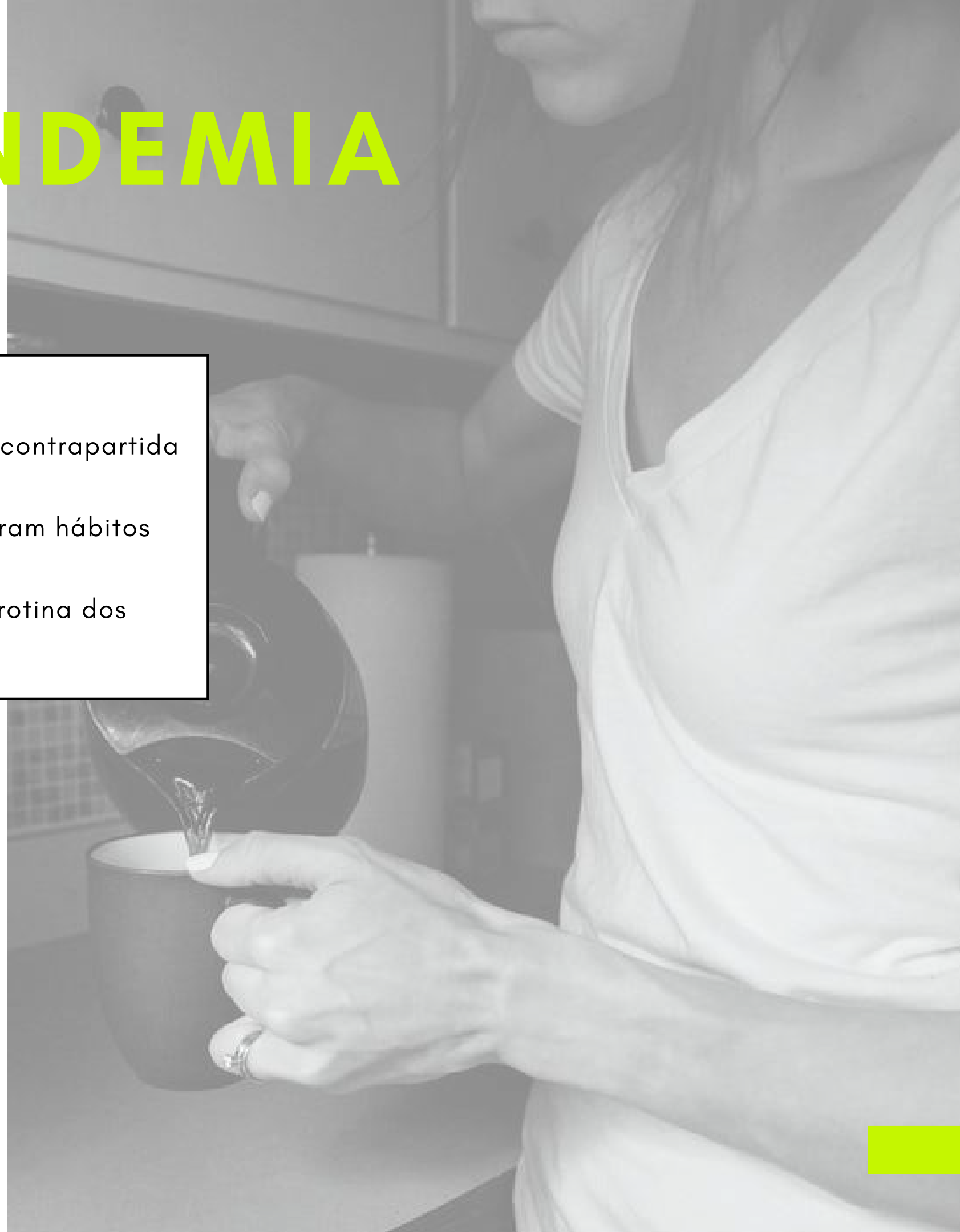
Jovem 20 anos, morador de Copacabana.

- ***“Hoje em dia, durante a quarentena eu escolho 100% o que vou fazer no meu dia.”***

Jovem 20 anos, morador da Zona Sul

- ***“Eu pegava 2h de trânsito todo dia... conviver também, não convivia muito com a minha família...”***

Jovem 18 anos, morador de Niterói.



PANDEMIA

ROTINA NA PANDEMIA

○ QUE MUDOU

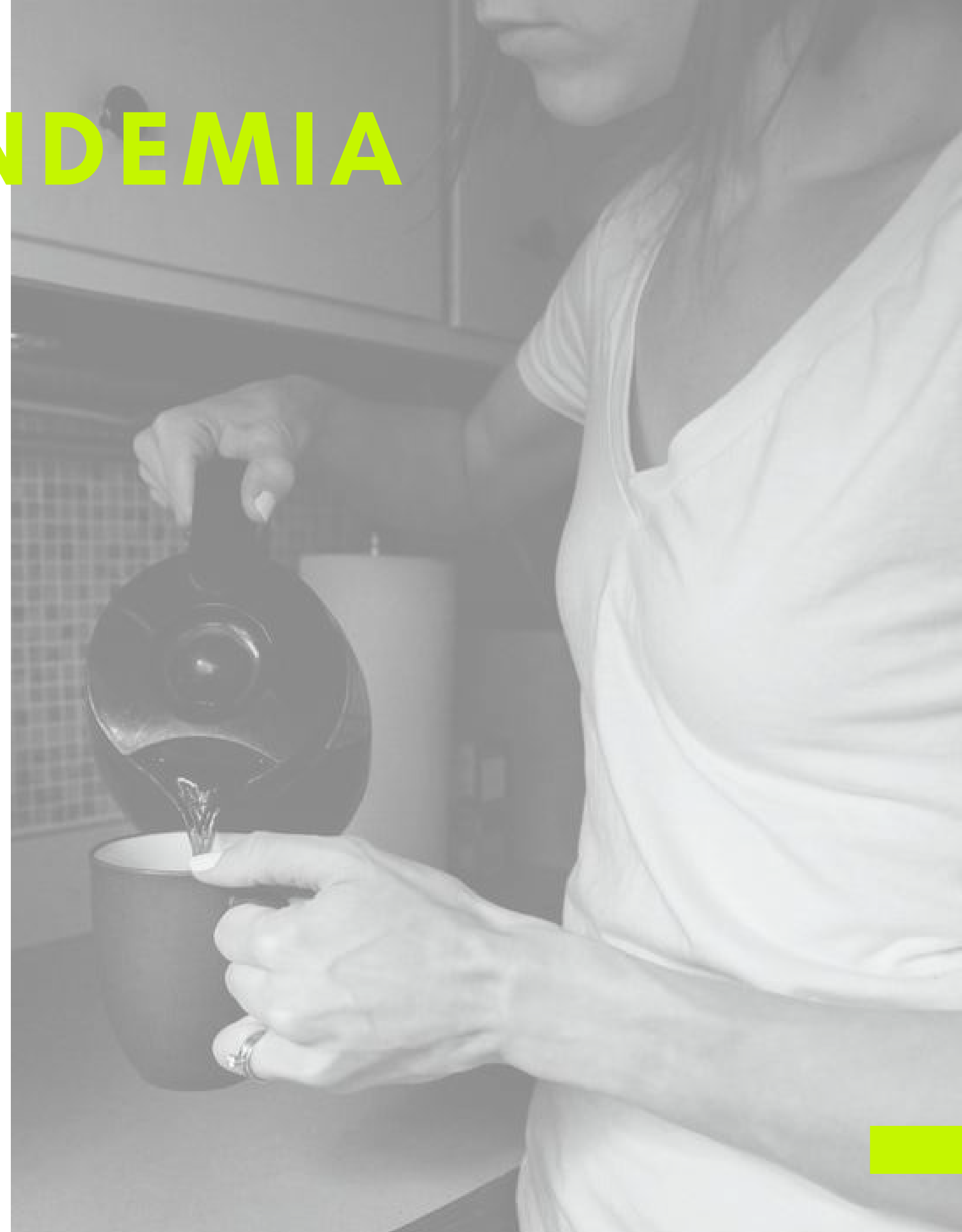
Dentre as diversas sensações causadas pelo impacto da pandemia, **56% dos entrevistados destacaram crises de ansiedade e tristeza.** Os sintomas estão ligados a fatores como a irresponsabilidade e o descaso das autoridades e do presidente em meio a atual situação, e ao relaxamento e não cumprimento das medidas sociais de isolamento praticadas por uma parcela da população - o que causa um **sentimento de impotência e preocupação com os familiares.**

● ***“Mal, péssima. Eu tô me sentindo tipo, muito agoniada, muito sem esperança, tentando não ficar assim, mas é meio difícil.”***

● Jovem 21 anos, morador do Jardim Botânico

● ***“Nas primeiras semanas foram bem difíceis. Acho que nessa pandemia já me conheci de várias formas. Já tive crises de ansiedade, choro, incerteza, medo e revolta política. Agora não consumo tanta informação como antes por causa disso tudo.”***

● Jovem 24 anos, morador da Vila Kennedy



PANDEMIAS

ROTINA NA PANDEMIAS

QUE MUDOU

Ou seja, se a **ansiedade** já estava presente durante a vida “normal”, ela se **intensifica num quadro de isolamento social**.

Com a drástica mudança na rotina em função da quarentena o jovem se sente ainda mais improdutivo e entende que o seu futuro está em risco.

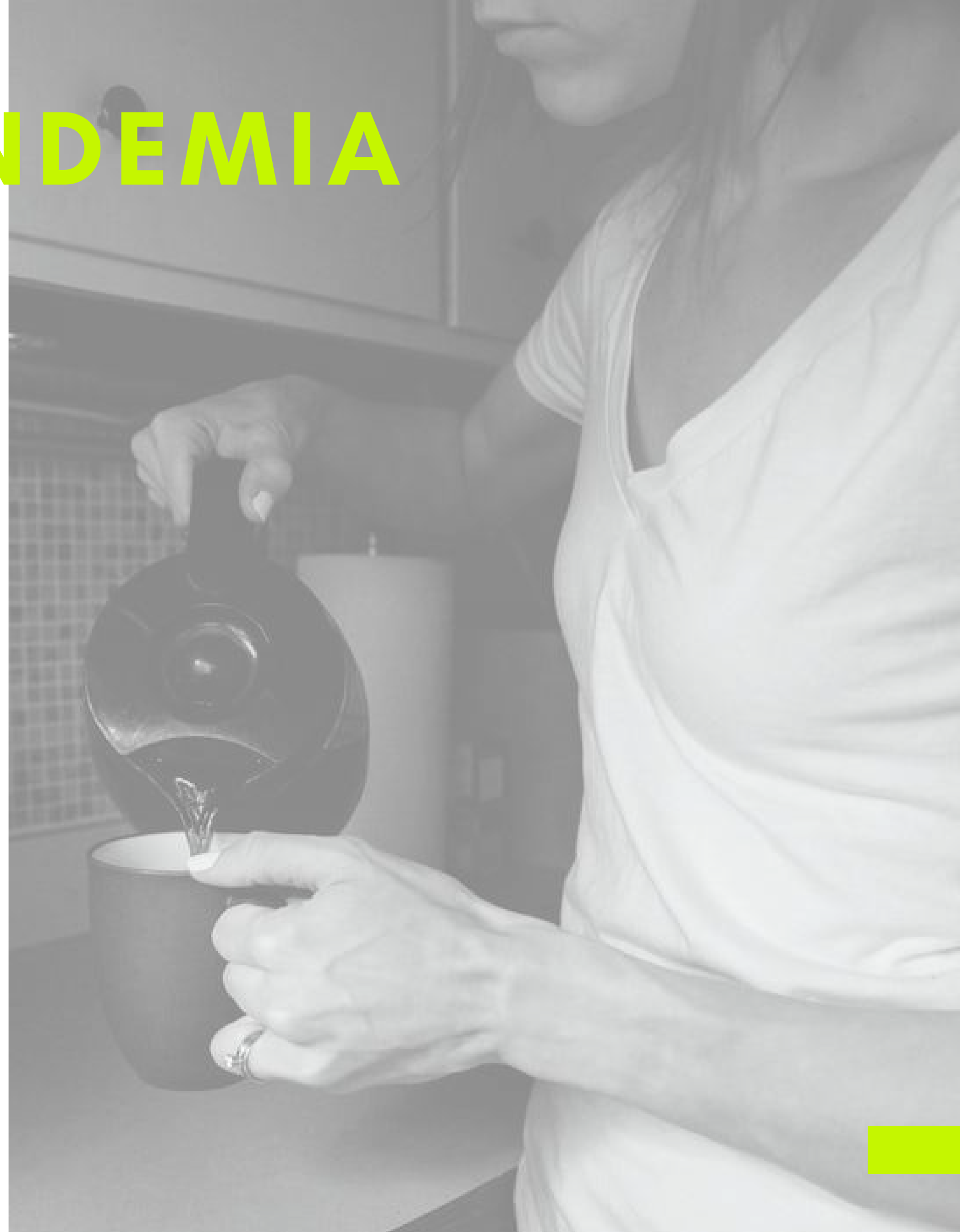
- ***“No meio dessa correria que é você conciliar trabalho, faculdade, morando longe etc, eu acho que eu fico muito ansioso em relação a isso assim. (...)***

- ***Hoje em casa não muito nesse sentido, mas acho que em casa a questão da ansiedade é mais pelo fato de eu ter uma rotina muito agitada e não estar podendo exercer essa rotina agitada dentro de casa.”***

- Jovem, 21 anos, morador de Marechal Hermes

- ***“Hoje, eu diria que esse estado que a gente tá de incerteza sobre não saber quando que a gente vai [ter] o mínimo de normalidade de novo é uma coisa que tem me causado bastante ansiedade também. ”***

- Jovem, 22 anos, morador de Ipanema



PANDEMIAS

ROTINA NA PANDEMIA

DIFICULDADE NO CONVÍVIO FAMILIAR

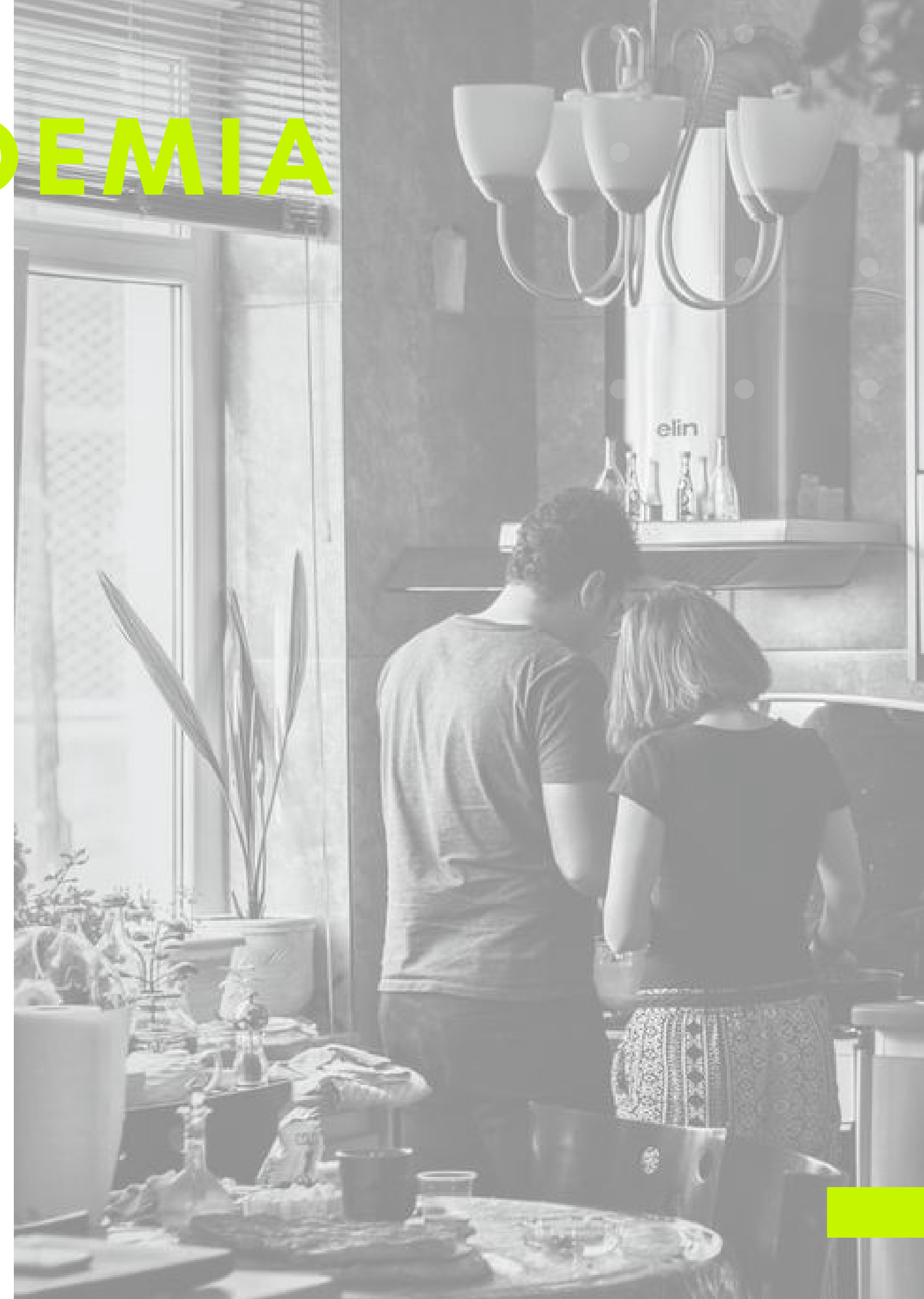
78% dos entrevistados afirmam discordar da opinião de seus pais ou parentes. A discordância acontece por diversos motivos e assuntos, sendo a **política o que mais causa divergências entre os jovens e suas famílias** (23%), seguido de questões sociais como a LGBTfobia e o machismo (13%).

Grande parte desses jovens dizem que suas convicções são mais similares às de seus parentes próximos, e que as maiores discordâncias acontecem com os familiares com quem não convivem tanto, mostrando que o diálogo dentro de casa é algo preservado, e que **o aprendizado acontece tanto da parte dos pais quanto da dos filhos.**

A mãe é citada como mais acessível e aberta aos diálogos, além de ser a pessoa que mais procura entender o ponto de vista dos filhos.

● ***“Em questões políticas a gente teve diferenças, não com meu irmão e minha mãe mas com outros parentes, tios são sempre os piores.”***

● Jovem 21 anos, morador de Niterói



PANDEMIA

ROTINA NA PANDEMIA

DIFICULDADE NO CONVÍVIO FAMILIAR

A grande maioria dos jovens prefere evitar discussões, e precisa chegar a um consenso através da troca. Eles **buscam dialogar** com seus parentes para mostrar seu lado e defender seus pontos de vista.

"Eu costumo ser muito aberta ao diálogo, eu acho que é a única forma de você engajar as pessoas; o processo de desconstrução é todo baseado no diálogo e na compreensão."

Jovem 19 anos, moradora da Freguesia

Porém, existem os jovens que já cansaram de ter que falar sobre certos assuntos e explicar suas visões para os parentes. Eles afirmam **não serem escutados** pelos mais velhos e que a conversa "não da certo". Isso mostra certa **exaustão dos jovens** em explicar algo para outras gerações diversas vezes sem encontrar resultados.

"Eu já tentei abordar as minhas ideologias e assuntos de todas as formas possíveis e imaginárias, já me estressei, já gritei, já falei calmamente, já fiz piada sobre, mas sempre que o assunto se profunde e começa a ficar mais sério vem o conflito e eu sinto que nada é resolvido, então quando eu falo, eu tento falar pouco e depois me retirar"

Jovem 24 anos, morador da Barra da Tijuca



PANDEMIAS

ROTINA NA PANDEMIA

RENDA PESSOAL

Analisamos que **69% dos entrevistados** tem parte ou todo seu dinheiro vindo do **auxílio de pais ou responsáveis**.

Apenas 31% possui renda totalmente própria, vinda de estágio ou trabalho. Apesar da maioria esmagadora dizer que a origem de seu dinheiro influencia, tanto os que apenas contam com a mesada até os que trabalham dizem ser bem conscientes em relação aos seus gastos.

A separação de gastos vem pela divisão do **"supérfluo"** e **"importante"**. Os que tem renda própria além da quantia oferecida pelos responsáveis investem seu dinheiro do trabalho em gastos mais simples, como lazer, roupas e etc., e quando os gastos são mais importantes, uma questão de necessidade, contam com o auxílio familiar.

- ***"Vamos botar assim, de 100%, né - meu sonho é ser totalmente depende de mim, somente eu ... -, mas hoje de 100%, 70% das coisas que eu compro vem do meu dinheiro e os 30% da minha mãe."***

Jovem 23 anos moradora da Ilha do Governador

- ***"Eu acho que poderia comprar mais se eu tivesse ganhando meu próprio dinheiro, mas eu sempre tive muita consciência com dinheiro, nunca fui de gastar muito."***

Jovem 22 anos moradora da Barra da Tijuca



PANDEMIAS

ROTINA NA PANDEMIAS

CRISE ECONÔMICA

95% dos entrevistados demonstrou **preocupação com a crise econômica**; o maior motivo foi a redução - ou possibilidade de redução - da renda familiar. Preocupações recorrentes foram as consequências sociais da crise; muitos demonstraram empatia com os afetados. Outros, ainda, se preocupam com o mercado de trabalho (em relação às oportunidades de estágio e emprego e à possibilidade de demissão).

Até os mais privilegiados estão apreensivos: a grande maioria (83%) dos entrevistados com renda superior a 20 salários mínimos está preocupada com a crise. **O que os jovens desejam ter nesse momento é segurança**. Esforços de vendas oportunistas podem acabar sendo mal vistos em uma situação sensível como esta.

“Se eu não tivesse conseguido pegar o auxílio, eu já teria perdido a minha casa.”

Jovem 25 anos, moradora da Tijuca

“Me preocupa muito porque minha mãe é assalariada, a crise econômica pode fazer com que ela perca o emprego, tudo é incerto.”

Jovem 21 anos, morador de Niterói

“(...) mas pessoas de classes mais baixas, principalmente, que são as mais afetadas.”

Jovem 21 anos, morador do Recreio dos Bandeirantes

PANDEMIAS

ROTINA NA PANDEMIA

REPENSANDO METAS E SONHOS

Quando perguntados sobre a mudança de metas e sonhos durante a pandemia, os entrevistados com renda de até 4 salários mínimos deram uma resposta mais baseada em **profissão e carreira**, e os entrevistados com renda de 4 até mais de 20 salários mínimos citaram questões mais pessoais, como **viagens pelo mundo** sozinhos, com a família, aproveitar mais a vida com o fim da quarentena.

- ***“Eu falei que ia começar a procurar estágio. Eu tinha falado que 2020 ia ser meu ano de fazer dinheiro porque eu ia ter o meu estágio eu ia entrar em uma agência eu ia correr atrás de job eu ia fazer freela.***
- ***Esse era o ano de fazer dinheiro e não vai ser mais o ano de fazer dinheiro. Esse é um ano punitivo. Esse é um ano pra gente aprender com os nossos erros e tentar estabelecer metas.”***
- Jovem 20 anos, morador do Vidigal

- ***“Com certeza fez (...) a minha vida virou de cabeça pra baixo (...) eu ia viajar pra vários países, tava tipo encontrando amigos que também estavam em intercâmbio. De repente tô aqui no Brasil de novo, trancado em casa.”***
- Jovem 21 anos, morador do Humaitá



MÍDIA

RELACÃO COM AS MÍDIAS

MÍDIAS



SE INFORMAR SE TORNOU UM DESAFIO À SAÚDE MENTAL.



RELAÇÃO COM AS MÍDIAS

○ QUE ASSISTEM NA TV?

De acordo com dados levantados pela pesquisa, **o uso da televisão têm sido recorrente entre os jovens** durante a situação de isolamento social, de modo que se tornou um entretenimento de destaque e também fonte de informação. Isso demonstra a volta da relevância dessa tela na rotina, já que foi citada por 52% dos entrevistados.

A forma de entretenimento ou hobby mais citado foi o de **assistir série, filme ou televisão**, falado por **65% dos entrevistados**. Destes, **41% citaram alguma plataforma de streaming**, o que reflete a tendência dos jovens em buscar meios que possibilitam o poder de escolha do que querem ver, em qualquer hora ou lugar, o que os leva a sensação de liberdade e controle sobre aquilo que assistem.

Serviços de streaming citados: Netflix, Amazon Prime Video, Youtube, Globoplay, NET Now e HBOGO.

Porém quando estão acompanhados, principalmente de **pessoas mais velhas/da família**, o comportamento muda, e acabam assistindo TV (aberta ou fechada), associada à algum conteúdo específico.

Ou seja: **TV é o momento em família**, normalmente para assistir ao Jornal Nacional.

RELACÃO COM AS MÍDIAS

ENTRETENIMENTO DIVERSO

Quando perguntados sobre formas de entretenimento, **39% dos entrevistados** responderam sobre atividades que podem ser feitas dentro de casa, também levando em consideração o período atual de quarentena.

Grande parte dos entrevistados deram **ênfase ao uso das redes sociais** e outras práticas que requerem aparelhos tecnológicos. Uma geração que se mostra cada vez mais **conectada digitalmente**, mas que tem preferência por um **lazer mais isolado.**

“Gosto de jogar, assistir série. Mais coisas voltadas que eu possa fazer em casa mesmo.”

Jovem 22 anos, morador da Zona Oeste

RELACÃO COM AS MÍDIAS

LEITURA PRESENTE

39% dos entrevistados citaram espontaneamente a leitura como forma de entretenimento ou hobby. Apesar de os jovens atualmente buscarem nos livros uma forma de passatempo/lazer, alguns falaram sobre a **leitura como fonte de informação e conhecimento**. Um dos motivos pode ser a **vontade de engajamento dessa geração** em assuntos sociais e políticos, principalmente nas redes sociais.

“Na quarentena tem sido bastante limitado, porque eu não posso fazer o que eu mais gosto, que é sair, encontrar meus amigos no bar e ficar, sei lá, oito horas conversando. Então eu tenho assistido muito filme. E tenho feito muita leitura teórica relacionada com os movimentos que eu me engajo.”

Jovem 25 anos, moradora da Zona Norte

“Eu uso muito o Youtube, plataformas de streaming, redes sociais e livros. Acho que são minhas formas de entretenimento mais presentes.”

Jovem 19 anos, moradora da Zona Oeste

RELAÇÃO COM AS MÍDIAS

AUDIÊNCIA HIPER-CONNECTADA

85% dos nossos entrevistados dizem que é muito comum **mexer no celular enquanto assiste algo na tv/computador**. Tentam ficar ligados e informados em todas as plataformas ao mesmo tempo.

“Muitas vezes eu tô estudando pelo site no computador e tô falando com um amigo pelo celular ou fazendo vídeo chamada e, às vezes até trabalho em grupo. Você se comunica com alguém aqui, enquanto tá pesquisando no computador, ou eu tô estudando e deixo a TV só de fundo, passando...”

Jovem 20 anos, moradora de Copacabana

“eu tô sempre vendo alguma coisa na Tv e fazendo alguma coisa no computador ou assistindo alguma coisa no computador e mexendo no celular. É muito difícil eu tá só assistindo alguma coisa.”

Jovem 19 anos, moradora da Freguesia

“Com [namorado], a gente vê bastante série. E, quando eu vou pra sala almoçar, geralmente a minha mãe liga na TV aberta pra ter um barulho, mas aí eu não vejo.”

Jovem 20 anos, moradora da Lagoa



RELAÇÃO COM AS MÍDIAS

EXCESSO DE INFORMAÇÃO

Muito conectados, a notícia “chega” até eles, e chega em excesso. **6%** cita que **deixar de consumir informações** em excesso é uma estratégia para manter a saúde mental.

“A Globo News aqui em casa é ligada 24 horas por dia (risos). E eu assino jornais, né? Tenho Twitter, então eu acredito que eu sou bem informada do que está acontecendo. Se você tem o aplicativo da Globo, por exemplo, vai chegando as manchetes”

Jovem de 22 anos, moradora Ipanema

“(...) mesmo se você não viu a notícia na hora que você foi até a notícia, a notícia vem até você”

Jovem de 20 anos, moradora do Grajaú

“Eu sou uma pessoa que eu me preocupo muito com as pessoas e eu sinto muito a dor das pessoas. Então assim, uma coisa que me faz mal é - até pra minha própria mente, para minha saúde mental - é ficar vendo. Então, um exemplo meu: eu não gosto de ficar vendo posts no instagram de pessoas que estão super doentes”

Jovem de 23 anos, moradora da Ilha do Governador

“(...) eu liguei na Globo News e eu tive vontade de vomitar o meu café. Eu não consegui mais comer”

Jovem de 22 anos, moradora de Vargem Pequena

RELAÇÃO COM AS MÍDIAS

SAÚDE MENTAL E AS REDES SOCIAIS

Dos 66 entrevistados, apenas 1 não admitiu que as redes sociais podem afetar a saúde mental de alguma forma. Embora 8 tenham dito que não são afetadas pessoalmente, reconhecem que outras pessoas são.

Apesar de terem consciência de que as redes sociais exibem uma espetacularização da vida, alguns entrevistados se sentem mal ao se compararem com fotos e vídeos alheios.

A justificativa mais citada foi a de que **as redes sociais prejudicam a autoestima**, mostrando um padrão estético inalcançável. Dos que afirmam isso, **82% são mulheres**, que mencionam um sentimento de inferiorização com o corpo, cabelo, pele e rosto. Em segundo lugar aparecem as comparações com um **estilo de vida monetariamente alto e intangível**, resultando em frustração.

“A gente sempre vê aquelas mesmas pessoas que são brancas, magras, daquele jeito que a gente sempre vê: ricas, a vida perfeita. E quando a gente vê que às vezes não é aquilo, a gente se sente muito mal, e aí eu acho que isso pode trazer um certo desconforto em relação a nossa autoimagem.”

Jovem 20 anos, moradora da Barra da Tijuca

RELACÃO COM AS MÍDIAS

SAÚDE MENTAL E AS REDES SOCIAIS

Uma parcela diz **se sentir deprimida** ao se comparar com pessoas fazendo mais coisas da vida, o que gera uma autocobrança negativa em relação a produtividade. Alguns entrevistados reconhecem que as redes sociais têm um lado bom, porém admitem que o lado ruim pesa mais.

Também foi mencionado o **vício pelo Instagram**. Mesmo sem estarem produzindo nada, as pessoas ficam conectadas e esquecem do mundo real. **10% dos entrevistados** procuram **se afastar das redes** em prol da sua saúde mental.

“Eu não quero tá toda hora na praia, toda hora na festa, mas parece que elas fazem mais coisa na vida do que eu faço, sabe? E isso às vezes me deprime também.”

Jovem 20 anos, moradora da Tijuca

“Faz mal porque você fica meio que ansioso, não é querendo ter a vida daquela pessoa, é tipo assim ‘caraca eu preciso trabalhar, eu preciso correr atrás pra um dia eu também ter.’ (...) A gente fica vendo muito a vida do outro e, no caso, não é uma vida verdadeira, é uma vida meio que... ok, quem tem dinheiro tem, quem viaja tem, mas a vida não é esse conto de fadas todo que parece sabe? E isso afeta a gente.”

Jovem 21 anos, morador da Mangueira

HÁBITOS DE CONSUMO

QUEM TE INFLUENCIA?

Aproximadamente **76% dos nossos entrevistados** dizem ser influenciados por conhecidos, de acordo com as relações do cotidiano. O ponto principal é a veracidade de quem influencia.

Em outras palavras, **associam ser verdadeiro à proximidade**, porque o convívio estabelece a confiança. A maioria citou amigos e familiares como aqueles que lhe influenciam. Uma menor quantidade afirma suspeitar da sinceridade das celebridades, já que as ações com frequência envolvem pagamento.

“Meus conhecidos e família. Porque eu confio muito mais numa indicação de uma amiga ou, sei lá, que a minha mãe falou, ou que minha irmã falou, do que uma blogueira. Porque eu acho que tem muita falsidade.”

Jovem 21 anos, moradora de Vargem Pequena



HÁBITOS DE CONSUMO

É QUEM É INFLUENCIADO?

60% dos jovens acreditam que influenciam direta ou indiretamente os Familiares.

Os pontos mais recorrentes de influência foram **alimentação**, com grande foco em vegetarianismo e veganismo (jovens influenciando a família a comer menos carne, menos produtos de origem animal) e alimentação mais saudável; **moda e beleza** (em relação a novas tendências) e **tecnologia** (aplicativos, sites). Mulheres com frequência compartilham dicas de produtos de beleza com as mães.

Primos e irmãos mais novos também foram recorrentes alvos de influência. Pais também 'se deixam' ser influenciados para agradar os filhos.

"Acho [que influencio] principalmente a minha mãe. Meu pai nem tanto, ele é bem independente nesse ponto. Mas minha mãe (...) se eu falar "tal coisa tá agora na moda, ela fala "é mesmo?". (...) A gente gosta muito de uma loja aqui de Niterói que é de produtos saudáveis (...) Então às vezes ela vai muito na minha onda."

Jovem de 21 anos, moradora de Icaraí



HÁBITOS DE CONSUMO

MARCA FAVORITA

As marcas mais citadas foram **Farm, Apple, Zara, Adidas e C&A**. Motivos: Ser barato/acessível, vestir bem, estilo, variedade, “tem em todos os lugares”.

É possível que a preferência dos jovens pela Adidas, sobre sua concorrente direta Nike, se dê pelas ações da marca juntamente com sua **personalidade**. A marca se destaca pelas peças mais casuais e estilosas, contando com influenciadores digitais que engajam os jovens. Além disso, suas **parcerias** com outras marcas chamam a atenção desse público, e pode ser mais um motivo do favoritismo da marca.

Outro ponto interessante a ser destacado é a **menção de marcas de eletrônicos**, uma vez que a pergunta não especifica o segmento das marcas. Apple, Logitech e Razer foram mencionadas mais de uma vez na pesquisa, reforçando a ideia de que essa geração é bem ligada ao ambiente digital.

Acusações de **trabalho escravo**, **apropriação cultural** e **gordofobia** inspiram relação de amor e ódio com marcas como Farm e Zara.

“Eu sempre gostei muita das roupas da Zara mas ai depois de alguns documentários e algumas informações sobre mão de obra escrava, ai eu parei de consumir...”

Jovem 24 anos, moradora da Vila Kennedy

“Assim, eu compro muito na Farm e na Zara. (...) Porque assim, a Farm é um pouquinho mais cara mas eu acho que os preços da Zara são em conta e eu acho que as coisas são muito, assim, meio você usa em todas as ocasiões. (...) E da Farm, eu gosto porque é mais colorida.”

Jovem 20 anos, moradora de Ipanema

HÁBITOS DE CONSUMO

DECEPÇÃO COM MARCAS

Marcas mais citadas como decepção e motivos:

Loja 3: casos de racismo, maus tratos a vendedores, trabalho análogo à escravidão.

Madero: posicionamento frente a reabertura econômica na pandemia.

Farm: casos de racismo, pouca qualidade das peças, modelagem não acessível, e apropriação cultural.

Zara: trabalho análogo à escravidão, pouca qualidade das peças.

Maior parte das menções é relativa a **escândalos sobre racismo ou trabalho análogo à escravidão** e ao posicionamento das marcas referente a **questões sociais ou a pandemia**.

"Cara eu acho que quando rolou o escândalo da (loja) Três, eu fiquei bem impactada, porque a Três eu já comprava, já gostava da Três, ai teve o escândalo dos funcionários que eram destratados, teve racismo. Então quando tem algo assim eu paro de comprar naquela marca"

20 anos, moradora do Grajaú

"O Madero me decepcionou, eu não quero mais nada do Madero.(...)Tava defendendo a economia, e cagando pra saúde"

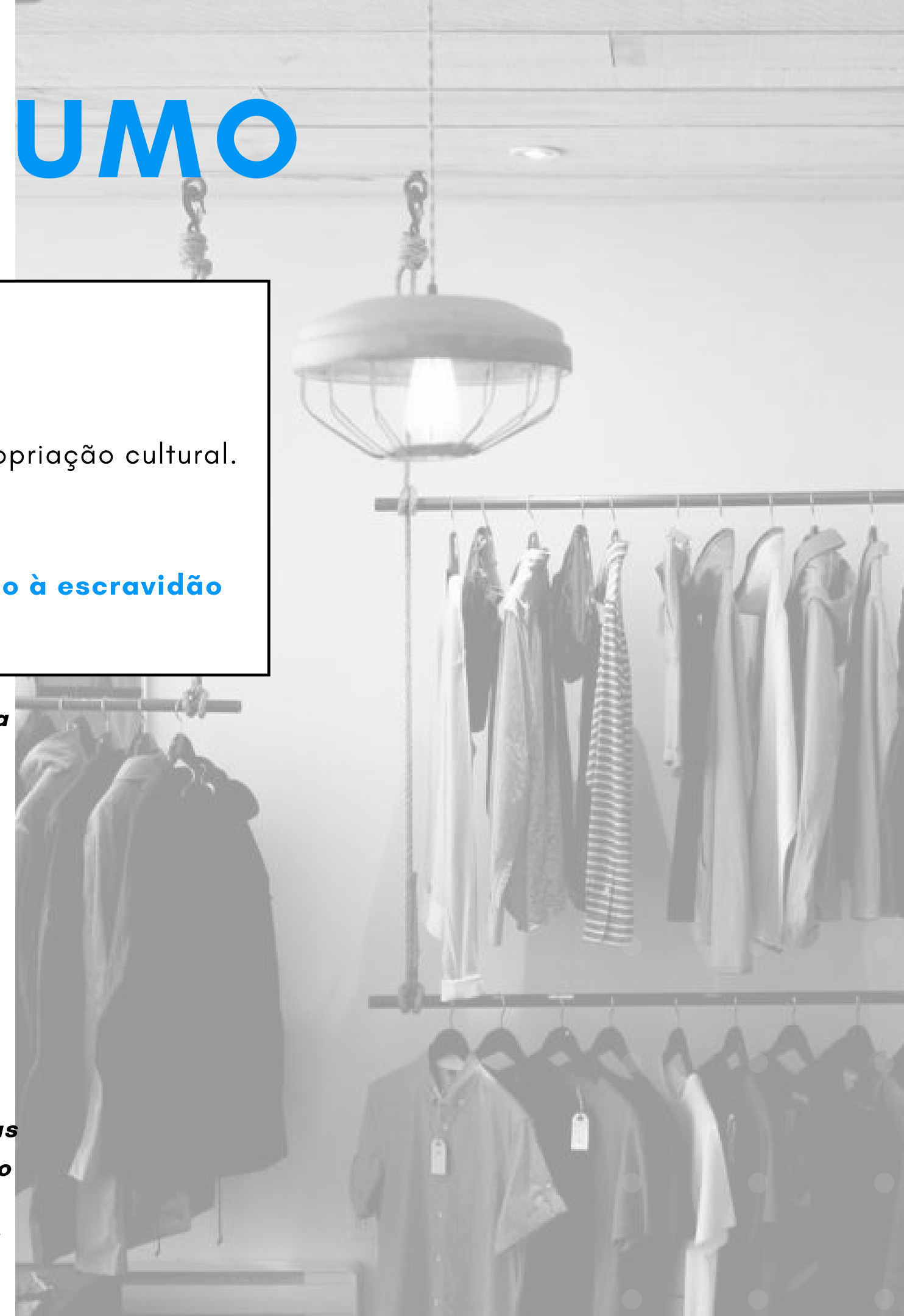
21 anos, moradora de Vargem Pequena

"Acho que foi a Zara assim, a Zara e a Forever 21 por conta do trabalho escravo..."

24 anos, moradora da Vila Kennedy

"Eu me decepcionei muito com a Loja Três. A Três é o meu estilo de roupa, eu adoro a Três. Mas recentemente ela se envolveu em um escândalo bizarro de racismo e eu como mulher preta não posso ficar consumindo coisas que além de explorar né, porque teve essa questão de exploração, tem a questão racial. Eu não posso consumir coisas que vão contra o que eu sou."

22 anos, moradora de Vargem Pequena



HÁBITOS DE CONSUMO

ONDE COMPRAM?

63% dos jovens entrevistados dizem comprar mais em **loja física**. Segundo estes jovens, é o modo mais simples e realista de ter contato com os produtos.

Na loja física, o indivíduo é capaz de ter a **experiência completa com o produto**, ou seja, é capaz de avaliar o tamanho e a qualidade do mesmo. É possível experimentar e testar e, a partir daí, determinar a sua decisão final. Para além disso, transmite uma **sensação de segurança** ao comprar no ponto de venda físico da marca, pois é uma compra e entrega instantânea do produto que está prestes a adquirir e dar um certo valor monetário pelo mesmo.

“Eu geralmente vou no lugar comprar, porque eu gosto de vê o produto, gosto de testar o produto.”

Jovem de 21 anos, morador na Tijuca

“Ver com os próprios olhos, tocar nos produtos.”

Jovem de 21 anos, morador na Tijuca

“Porque eu sempre tenho um pouco de medo com esse lance de tamanho de roupa, como que vai ficar no seu corpo sem experimentar.”

Jovem de 22 anos, morador na Tijuca

“Por questão de segurança, costumo de comprar mais em loja.”

Jovem de 22 anos, morador na Gávea



HÁBITOS DE CONSUMO

ONDE COMPRAM?

Apenas **36% dos nossos entrevistados** afirmam comprar mais **online**, uma vez que é um método mais rápido e cômodo. O **fator da comodidade** é provavelmente o motivo principal na preferência pela aquisição de produtos em loja online, pois não demanda o deslocamento do indivíduo.

Para além disso, a **variedade de produtos disponíveis** no online é superior à disponível em loja física.

Ocorre uma clara segmentação entre produtos: itens que não precisam ser provados, como livros, são facilmente comprados online, enquanto os entrevistados preferem comprar roupas ao vivo. Os entrevistados ainda sentem muita insegurança na compra online. No entanto, durante o período de pandemia, todos foram forçados a incorporar transações online.

“Online tem mais estoque”

Jovem de 23 anos, morador na Tijuca

“Online com certeza, só compro em loja quando viajo”

Jovem de 21 anos, moradora na Barra da Tijuca

“Até no Rio de Janeiro tem que levar em consideração que se você vai comprar uma coisa cara, vai ser assaltado ou não. Aí em prefiro pagar pela internet que já vem direto para o meu condomínio”

Jovem de 22 anos, morador no Jacarepaguá



OS JOVENS ENTREVISTADOS ACREDITAM QUE AS MARCAS, INDEPENDENTE DO SEGUIMENTO, NÃO PODEM MAIS FICAR ALHEIAS AOS **MOVIMENTOS SOCIAIS**.

CONSUMO E CAUSAS SOCIAIS

CAUSAS SOCIAIS

CONSUMO E CAUSAS SOCIAIS

CAUSAS SOCIAIS

65% da amostra entrevistada alegou ter alguma **causa que influencia seu consumo/comportamento**.

As causas mais citadas pela amostra como influentes no consumo foram **sustentabilidade**, atrelada a preocupação com o excesso de lixo e plástico; a **causa animal**, muito ressaltada pelos testes de produtos em animais, além do veganismo; e por fim, a **diversidade**, seja ela de gênero, orientação sexual, raça ou pessoas com deficiência.

“Quanto mais certa em relação ao que eu penso, de não ser racista, de não ser gordofóbico, essas coisas, mais eu me encanto e gosto de saber sobre marca e me leva a comprar.”

Jovem 24 anos, morador da Gávea

“Eu não sou uma pessoa que fica procurando muito, mas se eu sei que a marca faz isso eu não vou comprar.”

Jovem 20 anos, Barra da Tijuca

CONSUMO E CAUSAS SOCIAIS

CONSCIENTIZAÇÃO E PROPÓSITO

Conscientização é associado a **noção de sustentabilidade** e **consciência social**. Muitos jovens citam que é preciso saber o que está comprando e de onde vem, também se interessam por produtos veganos, para eles **a imagem da marca é um fato importante na decisão de compra**. Poucos entrevistados afirmam consumir de marcas não conscientes.

A maioria dos entrevistados relaciona a palavra **propósito** com a necessidade da marca ter um **"objetivo"** na sua atuação para além do lucro.

"Propósito é quando você já meio que entende onde você quer chegar, quando você já sabe para onde ir."

Jovem 23 anos, Laranjeiras

"A gente usa muito a palavra sustentável e acha que só porque a blusinha que a gente consumiu aqui é de fio reutilizado, que a gente já tá sendo sustentável. Mas a cadeia sustentável tem que ser na extração, na produção, no consumo, e depois no descarte. E aí, eu acho que é esse tipo de coisa que eu penso quando me vem a palavra propósito e consciência"

Jovem 20 anos, Vidigal

"Tentar gerar uma mudança através dos seus hábitos de consumo né, conscientização vem muito do sentido de tentar entender seu impacto como consumidor (...) não necessariamente seu impacto, mas o impacto das pessoas que você tá apoiando ou das decisões que você tá apoiando"

Jovem 22 anos, Ipanema

CONSUMO E CAUSAS SOCIAIS

DIVERSIDADE E INCLUSÃO

A grande maioria se importa com a diversidade e inclusão. As respostas ressaltam o fato do Brasil ser um país de muita diversidade, porém uma **diversidade pouco discutida**.

Ou seja, **a diversidade existe, mas a inclusão não acontece**. Houveram respostas voltadas para a marca/loja e o que ela inclui ou deixar de incluir. Existem outros que se veem longe dessa situação por serem sempre privilegiados, mas que mesmo assim consideram a causa importante. Frisam que as pessoas são iguais, que é preciso ter respeito e não haver discriminação. **Muitos entrevistados dizem não acompanhar** com proximidade **o posicionamento das marcas** com relação aos debates sobre diversidade. Ou seja, são influenciados pelas notícias que chegam, mas nem sempre correm atrás da informação.

“São valores que eu acredito, eu me incluo nisso, eu to no meio disso, porque a minha opção sexual faz parte da diversidade, então além de ser uma causa que eu me incluo existem outras pessoas que se incluem nisso que são do meu ciclo de amizade, e que de alguma maneira são oprimidas por conta da opção ou da questão social ne, por ser negro, por ser pobre, são excluídas da sociedade de alguma maneira.”

Jovem de 20 anos, morador do Grajaú

“Muito, 100%, eu tenho dois irmãos com deficiências, um com deficiência mental e outro autista, é muito difícil a inclusão deles em qualquer área, você tem que correr atrás dos direitos deles, e por isso que eu tenho esse sonho de poder criar um estúdio de dança para eles”

Jovem de 20 anos, moradora de Copacabana

CONSUMO E CAUSAS SOCIAIS

ENGAJAMENTO SOCIAL

38% dos nossos entrevistados se consideram **peças engajadas**. Esse número se divide entre os que se engajam com **questões sociopolíticas** e os que focam em **questões pessoais** e relacionadas, na maioria das vezes, aos seus trabalhos. A maioria das pessoas que se dizem não-engajadas (27,3%), não justifica o porquê.

“Pra car. Não só usando a pseudo plataforma que eu tenho pra trazer informação com base científica, com texto teórico. [...] Falando de pautas que são importantes pra mim, como eu mencionei. Também sou filiada a partido político, eu faço questão de ter uma práxis da teoria que eu acredito, seja dentro do meu trabalho, seja dentro das minhas relações interpessoais.”***

Jovem, 20 anos, moradora de Ipanema

“Engajada profissionalmente, conta? Politicamente sim, mas nem tanto. Não sei se posso dizer que sou uma pessoa super engajada. Acho que uma pessoa engajada se comportaria de alguma outra forma, que acho que eu não me enquadro.”

Jovem, 23 anos, moradora de Laranjeiras

“Eu busco entender bastante sobre tudo isso, porém eu tenho noção que não atuo para combater assim de forma mais veemente mais lá na frente. Busco fazer atualmente o que eu posso. As minhas atitudes e tudo mais...mas eu não falo assim com as pessoas, eu não tô lá assim no front...”

Jovem, 22, anos, morador da Tijuca

CONSUMO E CAUSAS SOCIAIS

ENGAJAMENTO SOCIAL

Os entrevistados em geral concordam que há diferença entre **militância dentro e fora das redes.**

“Ah, eu acho. Assim, eu acho que tem uma galera que milita bastante mesmo na internet e pessoas que na internet militam de um jeito, falem coisas de um jeito e fora da internet são totalmente diferentes. Eu acho que tem diferença sim. Eu não me envolvo nisso não.”

Jovem de 23 anos, moradora da Ilha do Governador

“A pessoa que milita na rede social é diferente da pessoa que milita ao vivo porque a rede social da esse poder do anonimato, não tá cara a cara”

Jovem de 20 anos, moradora do Grajaú

“Eu acho que nas redes (...) as pessoas (...) ficam muito indignadas com as coisas que acontecem e elas militam na opinião delas, mas é em vão, aquilo na verdade não muda em nada. É só um compartilhamento de indignação mesmo. Agora, quando você atua pessoalmente, isso é uma forma de você militar, enaltecer outras culturas fora da internet, e é aí que faz diferença, não ficar só falando na internet. As redes sociais têm isso da aceitação, de a pessoa se sentir pertencida.”

Jovem de 22 anos, moradora de Laranjeira

“Existe, lógico. E sim, pelo menos tento. No dia-a-dia, por meio de diálogos reais, discussões... Diálogos reais, eu digo fora da internet, sabe?”

Jovem de 23 anos, moradora de Laranjeira



CONSCIÊNCIA DO PRIVILÉGIO

PRIVILÉGIO

P
R
I
V
I
L
É
G
I
O

P
R
I
V
I
L
É
G
I
O

P
R
I
V
I
L
É
G
I
O



CONSCIÊNCIA DO PRIVILÉGIO

AS DIVERSAS DEFINIÇÕES DE BOLHA

A maioria dos entrevistados reconhecem que vivem em uma bolha e tentam rompê-la, mas **o entendimento do que é a bolha é bastante variado.**

A bolha pode ser caracterizada por: **privilégios sociais** ou **gostos pessoais** ou **pessoas da convivência** (família, amigos, colegas de trabalho/faculdade). Além disso, a bolha também aparece como proteção, principalmente para aqueles que sofrem preconceito.

“Eu acho que o primeiro passo para você romper a bolha é entender que você tá na bolha. Continuo sendo uma mulher branca de classe média, mas sou uma mulher branca de classe média que entende que é uma mulher branca de classe media e luta para que outras pessoas possam ter as mesmas coisas que eu tenho (...).”

Jovem de 18 anos, moradora de Icarai

“Sim, bolha da rede social. Eu fico muito acomodada e de certa forma eu gosto.”

Jovem de 18 anos, moradora do Grajaú

“Eu não acho que eu seja alienada, mas eu acho que nao sou uma pessoa que busca saber mais, entender mais sobre certos assuntos (...) Eu procuro não saber para me proteger, eu fico nessa bolha porque eu acho que eu não aguento”

Jovem de 20 anos, moradora de Copacabana



CONSCIÊNCIA DO PRIVILÉGIO

VIOLÊNCIA NO RIO

85% dos entrevistados se consideram **afetados pela violência** presente na cidade do Rio de Janeiro, os exemplos mais comuns são: o medo de usar transporte público (entrevistados com maior poder aquisitivo optam por aplicativo de transporte privado em função do medo de possíveis assaltos), andar na rua mexendo no celular e andar a noite nas ruas do RJ. Isso **afeta diretamente a sua locomoção**, seja evitando certos locais em determinados horários ou utilizando um transporte alternativo (quando é possível).

Parte dos entrevistados enxergam as **diferentes facetas da violência**: não só de bandidos, mas a violência policial, do estado e contra mulher. Entendem que a violência não está apenas relacionada a furtos e assaltos, mas também está **presente em ações policiais dentro de comunidades**, diretamente ligadas a questões de gênero, orientação sexual, e classe.

“Vou de crachá porque é melhor, porque as vezes o meu ônibus é parado e os policiais olham pras pessoas, catam 3 meninos, sabe, homens, desce, manda o ônibus ir embora e fica lá revistando a gente sabe. Aí eu falo pô, já tô cansado, se eu descer do ônibus pra ser revistado eu vou ficar puto, entendeu. então eu ando de crachá sabe, a violência muda minha vida por causa disso. Eu acho que eu tenho mais medo da polícia do que de bandido.”

Jovem de 21 anos, morador da Mangueira

“(...) Eu sinto que tenho medo, sabe? Tenho medo de andar com celular na rua, tenho medo de andar de ônibus, mas ao mesmo tempo eu me obrigo a fazer coisas pra não viver em função do medo.”

Jovem de 22 anos, moradora da Ilha do Governador

“(...) Já fui assaltado algumas vezes, na verdade (...) nunca usaram violência contra mim, já usaram contra um amigo. (...) Obviamente num patamar muito diferente do que as pessoas que vivem em comunidade presenciam, né?”

Jovem de 21 anos, morador do Humaitá



CONSCIÊNCIA DO PRIVILÉGIO

COMO LIDAM COM ISSO?

97% se declarou privilegiado principalmente por ter uma boa condição financeira. **Apenas 24% dos entrevistados reconheceram seu privilégio branco**, o que reflete a baixa consciência racial nos jovens.

Isso se reflete também quando analisamos a quantidade de entrevistados que reconhecem o **privilégio de morar em um lugar seguro** e não periférico, levando em conta que a maioria dos moradores das periferias são negros. Ficam claras as várias **camadas de privilégio**.

“...acho que dentro da PUC eu sou uma pessoa que não é privilegiada, porque né, sou a parte, sou preto, sou pobre, sou favelado, assim, não tenho privilégios. Porém, dentro do lugar onde eu moro, eu já me vejo como uma pessoa privilegiada, por ter uma condição de vida melhor, por ter uma família melhor e por ter acesso à educação, sabe, de qualidade (...). A minha estrutura familiar, a minha condição financeira um pouco melhor do que das outras pessoas, me coloca nesse lugar de privilégio dentro do lugar onde eu moro.”

Jovem de 21 anos, morador da Mangueira



GRANDES APRENDIZADOS DA PESQUISA DA PESQUISA

APREND
APREND
APREND
APREND
APREND
APREND



QUAIS **INSIGHTS** NOSSA PESQUISA APONTA SOBRE O JOVEM DA GERAÇÃO Z?



NÃO SÃO TÃO "FLUIDOS" ASSIM

Apesar de **abertos a novas experiências**, principalmente na orientação sexual, nossos entrevistados expõem uma **rotina bastante metódica**.

A PRESSÃO DAS REDES SOCIAIS

Nas redes, **se sentem pressionados** não apenas pelos **corpos e beleza dos outros**, mas também pelas **conquistas profissionais** que os outros compartilham.

"O ANO DO QUE NÃO ACONTECEU"

A pandemia **intensificou a ansiedade e demanda por produtividade**, e 2020 já é visto como o "ano do que não aconteceu", "atrasando" a vida de muitos.

"O PRESENTE É UMA CULPA E O FUTURO É UMA ANSIEDADE"

Pensam muito no futuro e esperam definir cedo o que alcançar - como se houvesse um **caminho certo a ser seguido para atingir o sucesso**.

Apresentam uma **necessidade de autocontrole**, e preocupações com **estabilidade financeira, emocional e profissional**.

São muito **ansiosos**, não tanto pela pletora de escolhas que possuem, mas **pela pressão que se impõem para alcançar o futuro desejado**.

UMA BOLHA IMPERMEÁVEL?

Falam sobre a **diferença entre ser **engajado** dentro e fora das redes**, mas existem **diferentes tipos de "bolha"** e nem todos querem ou sabem rompê-las.

Em casa ou fora, jovens têm **dificuldade com as diferenças** de opinião **dos pais e parentes** sobre **questões políticas e sociais**.

O CONSUMO CONSCIENTE

Essa **necessidade de fazer tudo certo para alcançar um objetivo final** também dialoga com a **vergonha e culpa** que muitos sentem ao **consumir marcas** que se envolveram em **escândalos**.

Dizem **comprar pouco nas redes e sites**, e **influenciam** as compras dos **familiares** (principalmente na alimentação e itens de beleza e moda).

NÃO É "A GERAÇÃO DO DIÁLOGO"

Muitos enxergam "**cortar o relacionamento**", dar "**unfollow**" nas redes ou "**evitar tocar no assunto**" como **estratégias fundamentais** para a **manutenção da saúde mental**.

Essa **cultura de cancelamentos** dentro e fora das redes torna "**errar**" ainda mais complicado, e a **pressão aumenta**.

O ESCAPISMO NA GERAÇÃO Z

Rituais de autocuidado (com a pele ou cabelo) ou o **humor** (performances no TikTok) surgem como **ferramentas** para **preservar a saúde mental** num contexto de ansiedade e "cancelamentos".

O JOVEM

“EU ADOREI AS PERGUNTAS DE VERDADE, PORQUE [FAZEM] A GENTE REFLETIR. OLHA QUANTAS CONVERSAS A GENTE NÃO TEVE EM CADA UMA DAS PERGUNTAS. COISAS QUE EU NÃO IA PARAR PARA PENSAR ASSISTINDO [SÉRIE]. ENTÃO É UM MOMENTO LEGAL, PORQUE É UM TRABALHO [QUE] PARA [MIM] NÃO SIGNIFICA NADA, MAS QUERENDO OU NÃO ME BOTOU PARA TRABALHAR, PENSEI SOBRE AS COISAS, DISCUTI E VOU SAIR DAQUI REFLETINDO SOBRE VÁRIAS COISAS QUE A GENTE CONVERSOU”

JOVEM ENTREVISTADO

TIME DE PESQUISA

TIME DE PESQUISA

ANA LUIZA DUTRA

BÁRBARA NADAI

BEATRIZ PEREIRA

BRENNO RODRIGUES

BRUNA ALVES

BRUNA NARDIN

BRUNA RIBEIRO

BRUNA MEIRELLES

BRUNO FERNEDA

CAIO GARCIA

CRISTHIAN PERES

DIANA FIDALGO

ELISANGELA ALMEIDA

FELIPE COSTA

FELIPE PEREIRA

GABRIEL ALMEIDA

GABRIEL HAUS

GIULIA MOTTA

GIULIANA RAMOS

INGRID DA SILVA

ISABELA VERTEMATTI

ISADORA ROCHA

JENIFFER DO COUTO

JESSICA CORREA

JOÃO PEDRO DIRANE

JOÃO DUARTE

JULIA LIMA

JULIA OLIVEIRA

JULIANA MELLO

KARINA ALVES

LARA SALAZAR

LAURA ROCHA

LETÍCIA OREIRO

LINA BLEIER

LIVIA DA SILVA

LORENA LESSA

LUCAS DONATO

MANUELA FREITAS

MARCELLA MOSTAVENCO

MARIA EDUARDA WERNECK

MARIA ISABEL CARDOSO

MARIA LUISA PEDRAS

MARIA MADALENA SANTOS

MARIA MARIANO

MARIANA AMENDOLA

MARIANA NOGUEIRA

MARINA FUSTAGNO

MATEUS LOMAR

MATHEUS RODRIGUES

MELISSA FLEURY

MÓNICA RODRIGUES

NICOLAS COSTA CRUZ SILVA

RAFAELA LIMA

RAPHAELA MAIA DE LIMA

RAFAEL MOTA

RAFAELA PACHECO

RAFAELLA BROCCA

RAFAELLA REBELO

RAQUEL SEIXAS

REBECA FARO

ROBERTA MURGA

RODRIGO MEVES

RODRIGO FRANCESCHI

SOPHIA NASCIMENTO

SYLVIA SOUZA

THIAGO DUARTE

URSULA MENDES

VITOR CAVALCANTE

VICTORIA GUIMARAES

YAGO DA SILVA

TIME DE PESQUISA

TIME DE PESQUISA

ORIENTAÇÃO E COORDENAÇÃO DA PESQUISA:

ANA CAROLINA BALHAZAR, DOUTORA EM ANTROPOLOGIA SOCIAL

APOIO: LUIZA PORTELLA, DIRETORA DE PLANEJAMENTO WMCCANN

DESIGN GRÁFICO DO RELATÓRIO FINAL: URSULA MENDES

GRÁFICOS: LORENA LESSA, MARIA EDUARDA WERNECK E RAFAELA LIMA

UM AGRADECIMENTO ÀS COORDENADORAS DA GRADUAÇÃO EM PUBLICIDADE - PUC-RIO: TATIANA SICILIANO E CRISTINA BRAVO.

WMCCANN

Departamento de
Comunicação

PUC
RIO
80
ANOS