



GERAÇÃO Y QUEM SÃO ESSES CARAS

Tecnicamente, eles são 55 milhões de brasileiros entre 18 e 33 anos, conectados, proativos e com lógicas surpreendentes. Os chamados *millennials* estão superexpostos e bem próximos da vida alheia. Têm boas ideias coletivas, são narcisistas e levam a sério a ideia de felicidade em todas as etapas da vida, inclusive no trabalho.

Mas, se você prestar um pouco de atenção, vai reconhecer gente de 50, 60 anos... nessa turma

por CARLA MATSU, 27, e LUANA SCHABIB, 27



VIDAS ALTERADAS

Aos 16 anos, a empreendedora social **Alessandra Franca**, 28 anos, leu um livro que mudaria não só sua vida, mas a de centenas de pessoas de Sorocaba, interior de São Paulo. Foi nas páginas de *O Banqueiro dos Pobres*, de Muhammad Yunus, vencedor do Nobel da Paz em 2006, que ela encontrou inspiração para lançar o Banco Pérola. Criado em 2009, o projeto é uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público e sem fins lucrativos, que tem como objetivo fornecer microcréditos a jovens empreendedores da cidade. Com valores que variam de R\$ 500 a R\$ 15 mil, jovens de 18 a 35 anos podem dar início ao grande sonho de terem um negócio próprio ou alavancarem projetos já existentes. Desde a fundação, o banco investiu cerca de R\$ 2 milhões em 400 negócios. “É um trabalho intenso porque também temos a responsabilidade de fazer com que o negócio das pessoas dê certo. São desafios que a gente supera todos os dias, mas não penso em fazer outra coisa. É um trabalho que faz com que eu me sinta útil, pois sei que tem algum impacto na vida das pessoas”.

É o tempo de quem não sabe o que quer e, na dúvida, faz tudo. É o tempo de quem nasceu com a possibilidade de se conectar a um mundo ligado por cabos de fibra óptica (aqueles mesmos monitorados pela agência americana NSA), pela cultura pop, economia e informação *on demand*. Este é o tempo do instantâneo, da superexposição, do tutorial, da gamificação e, ao mesmo tempo, da individualidade e do narcisismo. Não à toa, o dicionário *Oxford* elegeu, em 2013, *selfie* como o termo do ano, para as fotos tiradas de si mesmo e publicadas nas redes sociais: eu e meu prato de comida; eu e meu “look do dia” diante do espelho; eu e meu ciberativismo. Eu, eu, eu. Eu e o mundo, o meu mundo.

As tecnologias tornaram acessíveis o conhecimento e as inúmeras referências. A partir da internet, que teve sua operação comercial liberada no Brasil em 1995, tudo passou a ser possível: aprender a tocar piano ouvindo Bach no YouTube; descobrir informações que levam ao mapeamento de células cancerígenas; se divertir no site BuzzFeed com uma lista de imagens de gatinhos fofos; ou reunir pelo Facebook uma multidão de jovens para discutir o passe livre em praça pública. Esse é o contexto em que os *millennials*, jovens enquadrados na Geração Y, vivem. A diferença entre eles e as gerações anteriores é justamente o fato de terem nascido no *boom* das transformações tecnológicas, que levaram à popularização da internet e suas consequências sociais.

Se ainda não ocupam, eles logo ocuparão espaços em que suas vozes serão cada vez mais ouvidas. O que isso significa? Que será preciso conviver, entender e criar com esses “jovens” – entre aspas mesmo porque estamos ficando velhos! Estamos, pois as duas repórteres que assinam esta reportagem nasceram em 1986, dentro da linha de tempo da Geração Y. Para encontrar respostas, direções e inquietações, conversamos com especialistas em internet e pessoas ligadas a institutos de pesquisa, além de sete *millennials* com histórias inspiradoras. A Geração Y está com a faca, o queijo e um *smartphone* na mão.

FOTOS: ARQUIVO PESSOAL

#VEMGENTE!

A Geração Y é a que nasceu entre 1980 e 1995. Dos poucos mais de 201 milhões de brasileiros, segundo estimativa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) deste ano, cerca de 55 milhões têm idades entre 18 e 33 anos.

A geração anterior, a X (nascidos entre 1965 e 1980), vivenciou o que se passou a chamar de “década perdida”: tempos de crises econômicas, final da ditadura militar, surgimento da AIDS. Já os jovens da Y se viram em um contexto de maior estabilidade, segurança e prosperidade: Plano Real e governo Lula. E 79% desses jovens brasileiros acreditam que o País é influente no cenário global, de acordo com a pesquisa 8095 (referente aos anos da Geração Y), feita pela Edelman, empresa multinacional de relações públicas.

De lá para cá, já passamos pelo acesso discado da meia-noite às 5 horas da manhã (contava como um pulso só, lembra?), pelos primeiros *downloads*, músicas por *torrent*, salas de bate-papo, aprendizado de inglês jogando videogame, Orkut e o apogeu das redes sociais. Até aqui ok. Mas, ao se debruçar sobre essa parcela de jovens, é preciso lembrar o contexto em que cresceram, além de outro fator determinante: eles são filhos de uma geração de pessoas que, ao atingirem a idade para entrar no mercado de trabalho, as possibilidades estavam mais direcionadas a “garantias”. Estabilidade significava salário fixo e crescente. Ser médico, advogado ou engenheiro era o que se esperava para um jovem.

Com o equilíbrio financeiro que conseguiram, depois de muitas vezes terem se privado de lazer, alguns desejos e vontades foram internalizados e projetados para seus filhos. Esse cenário permite aos jovens de agora a liberdade e a poesia para escolherem a vida que sonham.

HUMOR E MUITOS ACESSOS

Comunicativo e cheio de tatuagens, o analista de mídias sociais **Marcel Bely**, 25 anos, já teve o “segundo melhor emprego do mundo”: entre 20 mil candidatos, venceu um concurso de marca de chicletes para receber R\$ 10 mil e viajar o litoral brasileiro produzindo conteúdo para a empresa. Hoje, ele trabalha no núcleo de redes sociais da Prefeitura de Curitiba. Dá palestras sobre aproximação entre população e gestão pública, por meio de humor na internet.



“Fui convidado por Marcos Giovanella, diretor do setor, e foi difícil convencer o alto escalão sobre a relevância das publicações que misturam capivaras, lasers, políticas públicas e a bandeira da cidade.” A linha editorial permite ações, entre outras, como disponibilização de transporte público gratuito para o show do Iron Maiden. Eles reduziram as ligações feitas para a central telefônica, já que os curitibanos passaram a recorrer às redes para resolver questões.

MEU NOME É TRABALHO

Ao ganhar, neste ano, o World Technology Awards, na categoria Comunicação e Marketing, **Marco Gomes**, 27 anos, fundador da Boo-box, foi parar na lista que reúne nomes como o de Mark Zuckerberg, do Facebook. Sua empresa está entre as cinco de publicidade que mais inovaram nos últimos anos, segundo a revista *Forbes*. Considerada a primeira no Brasil a criar uma tecnologia para publicidade em mídias sociais, a Boo-box classifica e categoriza cerca de 500 mil sites e exibe anúncios para 60 milhões de pessoas. Marco cresceu na periferia de Gama, cidade-satélite do DF. Estudou Ciência da Computação na Universidade de Brasília, mas não concluiu o curso para seguir o seu sonho. Mudou-se para São Paulo, trabalhou em uma agência de publicidade e, em 2007, fundou a empresa, que hoje tem 50 funcionários e investimentos da Monashees Capital.



– *O que você quer ser quando crescer, filho?*
– *Astronauta, não, artista, não, rockstar, não, médico, não! Eu quero ser feliz, pai...*
– *Claro filho, você pode ser o que você quiser.*

#TRABALHO=FELICIDADE

Para essa garotada, a felicidade importa, sim, e o tempo todo. Se sempre foi um objetivo ao longo das gerações, a partir da Y o sentimento é cultivado como um valor que deve permear todas as instâncias da vida, inclusive (e principalmente) no trabalho. A ideia é que, se somos aquilo que fazemos, logo é preciso ser feliz ao fazê-lo. Essa circunstância tem gerado bons frutos, gente que trabalha com prazer e gera propostas surpreendentes – caso dos entrevistados nesta reportagem.

“Talvez pela ausência dos pais, que trabalham o dia todo, os jovens de hoje entenderam que a felicidade é um fator importante também na vida profissional”, afirma André Laizo dos Santos, 33 anos, consultor e gerente técnico da Felipelli, empresa nacional de desenvolvimento organizacional. Em sua dissertação de mestrado (*A Geração Y nas Organizações Complexas: Um Estudo Exploratório sobre a Gestão dos Jovens nas Empresas*),

FOTOS: ARQUIVO PESSOAL

Laizo defende que o diálogo entre jovens e empresas precisa ser mediado por uma figura importante: o gestor. É ele quem deverá compreender as demandas de ambas as partes e deixar bem claros os valores institucionais de uma empresa.

Por outro lado, o mercado de trabalho começa a entender que essa geração não vê empecilhos para mudar de emprego. A hesitação de antes agora cede espaço para uma inquietação, em que jovens deixam seus empregos ao perceberem sinais de estagnação (e, consequentemente, infelicidade). Assim, fica mais complicado reter talentos.

Um estudo divulgado em setembro pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) mostra que os trabalhadores mais jovens se desligam do emprego mais frequentemente do que os mais velhos. Em média, sete em cada dez trabalhadores deixam seus postos de trabalho ao longo de um ano. A taxa de desligamento entre os mais velhos fica em torno de 41,3%. Mais: cerca de 65% dos *millennials* brasileiros afirmam que possuir o próprio negócio é um dos maiores objetivos de vida, de acordo com a Edelman.

Aliás, é essa mesma geração que se mostra



DE OLHO NA CARREIRA

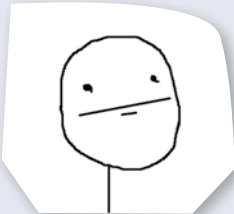
A estudante de Design **Luiza Silva**, 24 anos, tem pressa em concluir os estudos e expectativas para vivenciar seus sonhos. A boa notícia é que ela já começou a viver alguns deles. “Sou muito feliz!”, escreve ela em e-mail enviado da Coreia do Sul. Foi lá que ela encontrou a oportunidade de somar inovação e experiência à carreira e onde se dedica a um curso de extensão da faculdade. Neste 2013, ela conquistou o 2º lugar no concurso anual Design Lab, promovido pela Electrolux, com um projeto inusitado. Atomium é uma impressora 3D de alimentos, que tem como ingrediente a base molecular da comida e objetivo de incentivar crianças a comerem melhor (cada refeição é preparada de acordo com um balanço nutricional). “A minha prioridade agora é minha carreira. Atingir tudo aquilo que pretendo nesse âmbito e continuar viajando e conhecendo novos lugares”, escreve ela.

O COMPORTAMENTO DO TEMPO

GERAÇÃO SILENCIOSA (1925-1942)

Eu sou apenas um

Evitam riscos, são conformistas, disciplinados, não gostam de mudanças



Episódios marcantes: Segunda Guerra Mundial; os EUA despontaram como superpotência. No Brasil, República Nova, Juscelino Kubitschek no poder e Copa do Mundo de 1950, que foi sediada no País.

BABY BOOMERS (1943-1964)

Eu sou o todo

Idealistas, contestadores, ambiciosos e sonhadores



Episódios marcantes: Movimentos *black power*, hippie e feminista, rock'n'roll, Woodstock, tropicalismo. O início e a persistência da Guerra Fria. No Brasil, chegaram as primeiras TVs, e o País passou a ser dirigido pelo regime militar.

GERAÇÃO X (1965-1980)

Eu sou mais eu

Pragmáticos, individualistas, competitivos e autoconfiantes



Episódios marcantes: Movimento punk, capitalismo em alta e surgimento da AIDS. No Brasil, movimento pelas diretas. Fernando Collor de Melo, o primeiro presidente eleito pelo povo após o regime militar, acabou em *impeachment*. A isso, seguiram-se crises econômicas e novas eleições.

GERAÇÃO Y (1980-1995)

Eu sou eu no todo

Otimistas, narcisistas, conectados, individualistas, prioriza qualidade de vida



Episódios marcantes: Mundo globalizado, popularização da internet. Guerra contra o terror e suas consequências. No Brasil, governo Lula e economia estável e próspera.



IDEIA COLETIVA

A primeira plataforma de financiamento coletivo do Brasil começou também de forma coletiva. **Diego Reeberg**, 25 anos, conheceu on-line seus sócios da empresa Catarse, ao criar, ao lado de Luis Otávio Ribeiro, o blog Crowdfunding Brasil. Foi por meio dele que Diego conheceu outros jovens, do Rio de Janeiro e de Porto Alegre, interessados também em levar um projeto de *crowdfunding* adiante. E deu certo. Fundado em 2011, o site inspirado em outros modelos gringos, como o Kickstarter, já recebeu 1.435 projetos do País, dos quais 795 alcançaram a meta de arrecadação. Até agora, o Catarse recebeu contribuições de cem mil pessoas, que investiram cerca de R\$ 12 milhões. “Hoje, penso o financiamento coletivo como uma maneira de permitir que as pessoas possam executar ideias pelas quais elas são realmente apaixonadas. Esse é o maior motor do meu dia a dia de trabalho”, afirma Diego, que pretende, junto ao Catarse e uma equipe de 15 pessoas, quintuplicar a quantidade de trabalhos a serem financiados em 2014.

mais insatisfeita do que as anteriores porque demanda muito em termos de qualidade de vida. Não adianta só ter um bom salário: a satisfação passou a ser valor prioritário em um contexto em que códigos estão abertos, tutoriais permitem o aprendizado isolado e a cooperação esbarra no narcisismo. A sociedade se estrutura em discursos mais acessíveis, só que mais frágeis. Opressor e oprimido se confundem.

#EXPECTATIVAxREALIDADE

Inara Barbosa Leão, 55 anos, doutora em Psicologia Social, é coordenadora do curso de mestrado em Psicologia na Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). Perguntamos a ela, via Facebook: “Professora, os *millennials* são especiais? Vão mudar o mundo?”. A resposta: “As últimas gerações que se criaram já no período da reorganização do capitalismo para a ampliação da circulação e do consumo das mercadorias – ou o capitalismo globalizado – são mais narcísicas e, na verdade, individualistas. A movimentação de pessoas e mercadorias pelo mundo promoveu a ideologia do ‘eu me basto’. As relações sociais são contingenciais, e não necessárias. São estabelecidas para ampliar as chances de alguém ser mais competitivo, se mostrar melhor que os outros. Acredito que os jovens ou são cooperativos por convicção ideológica ou se alienam da realidade social, como forma de se cuidar para competir, centrados em si mesmos”.

A psicóloga americana Jean Twenge escreve em seu livro *Generation Me* (em tradução livre, “Geração Eu”) que essa tamanha insaciabilidade tem motivo. Seriam jovens que, desde crianças, ouviram a repetida mensagem “você é especial” em publicidades, programas de TV e campanhas de altruísmo, aquelas que dizem “você pode mudar o mundo”. Twenge acredita que essa comunicação direta tem

FOTO: ARQUIVO PESSOAL

duas consequências: a primeira é a sensação de empoderamento dos indivíduos, e a segunda é que esse mesmo comportamento leva a uma percepção permanente de insatisfação, já que muitas das expectativas alimentadas podem não ser concretizadas. Então, seria tudo uma ilusão? Essas expectativas construídas não passariam de uma ficção criada por um discurso midiático e pelas injeções de autoestima?

Não é bem assim, de acordo com Ronaldo Lemos, 37 anos, diretor do Centro de Tecnologia e Sociedade da Fundação Getúlio Vargas e do Creative Commons no Brasil (ONG que expande a quantidade de obras criativas disponíveis por meio de licenças de compartilhamento). Para ele, o temor despertado pelos *millennials* nas gerações anteriores tem muito mais a ver com suas qualidades do que com os defeitos. “Esses jovens são ávidos por informação, capazes de analisar e processar uma quantidade de variáveis antes impensáveis, algo talvez aprendido por meio de videogames e RPGs. São também multitarefas e desenvolvem múltiplas especializações. Entre outras qualidades, está a restauração de valores considerados ultrapassados, como lealdade, colaboração, busca pela construção da coletividade, sustentabilidade e procura constante pelo pertencimento, mesmo que por meio de estratégias precárias, etéreas ou imateriais, viáveis apenas na forma fluída da rede.”

#OUSADIAeALEGRIA

Rita Almeida, 53 anos, sócia-fundadora da CO.R Inovação, empresa paulistana de estratégia de marcas, é entusiasta dos novos tempos e perspectivas. É ela quem analisa a angústia que a Geração Y vivencia. “Fazemos escolhas o tempo todo, que costumam deixar para trás uma enorme quantidade de opções. Isso gera frustração. É da desintegração que se organiza uma ideia complexa, por unir

FOTO: SECOM/PMC



LIBERDADE PARA ESCOLHER

Aos 22 anos, a escritora **Luisa Geisler**, parece ter a vida muito bem resolvida. Até agora, já publicou dois livros por meio do Prêmio SESC de Literatura (*Contos de Mentira* e *Quiçá*). Também foi selecionada pela revista literária *Granta* como uma das melhores jovens escritoras de seu tempo. E, bem, também não dá para deixar de lado o fato de que foi uma das finalistas do último Prêmio Jabuti, na categoria Romance, e seu terceiro livro já está finalizado. Mas, se a vida parece ter tomado um rumo certo, Luisa não ousa dizer “é isso!”. Tanto que a menina, nascida em Canoas, no Rio Grande do Sul, tem planos amplos e poucas conclusões. Não se limitar a uma só escolha significa que ela, além de escritora, faz uma faculdade de Relações Internacionais e outra de Ciências Sociais. “Volta e meia alguém me pergunta se pretendo escrever daqui a 40 anos. Sim, pretendo, mas também não quero tirar nenhuma possibilidade. Não excluo a ideia de mudar de opinião. Sei lá, se algum dia alguém me chamar para ser budista no Tibet... Gosto de pensar que eu poderia aceitar.”



ordem e desordem, a parte e o todo. É a isso que Zygmunt Bauman dá o nome ‘modernidade líquida’. Essa garotada é representante desse mundo que gera conteúdos praticamente infinitos, em um exercício constante de ordem-desordem-interação-(re)organização, de forma a encontrar sentido e significado para suas ações e para a vida cotidiana.”

Nesse contexto, o *storytelling* entra em cena – conceito que vem do cinema para contar uma história, altamente empregado nas relações comunicacionais da atualidade. “É uma linguagem que facilita e conduz a geração atual às suas escolhas, diminuindo as frustrações do que se deixa para trás”, afirma Rita.

Na época dos *baby boomers*, por exemplo, para compartilhar uma história era preciso, pelo menos, um jantarzinho para convidar os

OS JOVENS EM NÚMEROS

201.032.714

HABITANTES

Esta é a população brasileira estimada pelo IBGE, em 2013

FOTO: ARQUIVO PESSOAL

OUSAR, LUTAR E VENCER

Desde cedo, **Rafaela Marques**, 27 anos, sabia o que queria ser – seu pai é jornalista e seu avô, além de escrever, foi líder sindical e preso político durante a ditadura. “Eles queriam me proteger, que eu tivesse uma profissão com menos cobranças e percalços financeiros. Não deu.” Rafaela fez Publicidade, à tarde, e Jornalismo, à noite. Pela manhã, trabalhava. Foi responsável pela parte orçamentária e de planejamento para criar a ouvidoria do SUS no Maranhão. Assim, comprou um apartamento. Mas ela largou tudo para abrir, há dois anos, a agência Matilde Conteúdo e Guerrilha com sua sócia, Nicolle Machado. “O negócio nasceu da vontade de fazer algo comprometido com o mundo e do meu medo de buscar isso nas mídias tradicionais e me frustrar.” Em novembro último, conseguiu uma licença para realizar a TEDxPraçaAlegria, em São Luís, seguindo as regulamentações do TED – fundação privada americana, conhecida por conferências de 18 minutos. “Falamos de direitos humanos, urbanismo, poesia. Foi uma experiência global, para democratizar o conhecimento produzido. No final, as pessoas se abraçavam, choravam.”

NATIVOS DIGITAIS

Os jovens entre **18 e 33 anos** representam **27,3%** da população total, ou **55 milhões** de brasileiros (IBGE). Cerca de **60,2%** dos jovens entre **15 e 25 anos** possuem acesso à internet há cinco anos ou mais. (ITU/ONU)



ACESSO À INTERNET



No Brasil, o acesso à internet cresceu cerca de **143%** de **2005 a 2011**.

Os dados referentes ao primeiro trimestre de **2013** indicam que o País tem **102,3 milhões** de internautas. (IBOPE/Nielsen)

DISPOSITIVOS MÓVEIS

Em **2012**, **122,7 milhões** de pessoas de **10 anos** ou mais tinham celular, ante **55,7 milhões** em **2005**. (PNAD/IBGE)

A venda de celulares com internet no Brasil cresceu **110%** no segundo trimestre deste ano, em relação ao mesmo período do ano passado. (IDC)

Até o fim deste ano, estima-se que haverá **6,8 bilhões** de celulares no mundo, **40%** deles ligados à internet. (UIT/ONU)



EMPREGO

Sete em cada **dez** trabalhadores “jovens”, em média, se desligam de seus postos de trabalho ao longo de um ano. A taxa de desligamento dos mais velhos fica em torno de **41,3%**. (IPEA/IBGE)



EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

A faixa etária com a maior taxa de empreendedores iniciais brasileiros é de **25 a 34 anos (19,2%)**, seguida pela faixa etária de **35 a 44 anos (18,7%)**. (GEM/Sebrae/FGV)

No mundo, **48%** dos *millennials* afirmam que possuir seu próprio negócio é um de seus maiores objetivos de vida. No Brasil, **65%**. (8095/Edelman)



amigos a assistirem àquela maravilhosa e bem produzida fita VHS de casamento da prima/sobrinha/filha. Era necessário revelar os filmes fotográficos e chamar a mãe para um café para mostrar o quão fofa está Mariazinha. Hoje, jovens (e não só jovens) expõem 148 fotos da última viagem no Facebook e outras redes. Estamos mais expostos, sim, e fazemos isso de forma banal e rápida. A questão é que o narcisismo virou *hashtag* – aquela palavra ou frase prefixadas com o símbolo #, que facilita a busca de um assunto nas redes sociais. No entanto, a vaidade não é exclusividade dos jovens da Geração Y, afinal o mito de Narciso está aí desde que a mitologia grega começou a narrar o mundo, não é?

“O mais interessante de tudo é que estamos chegando ao momento em que essa geração se aproxima cada vez mais do poder. Mas trocas de guarda não são novidade. O contraste, desta vez, é que o *modus operandi* entre a geração mais velha e a que está em cena é radicalmente diferente. A anterior é do planeta analógico, esta, do digital. No Brasil, gerações anteriores à Y foram responsáveis por mudanças e conquistas essenciais para a democracia. A Y, por sua vez, ainda procura encontrar seu lugar no mundo, vencer a insegurança e entender tanto a que veio quanto o que pode efetivamente fazer”, diz Ronaldo Lemos.

Rita Almeida finaliza: “Quem se permite ficar verdadeiramente perto dessa geração, sem medo e de coração aberto para trocar, ensinar e aprender, aprender e ensinar, é quem está conseguindo melhor interagir com esses jovens. Somos parte de um todo, independente de uma geração”.

Já já, seremos nós lidando com a Geração Z, que está chegando com iPads, Androids, PS4, disposição e liderança, em uma lógica um pouco mais complexa do que a nossa em relação ao mundo digital – eles têm menos filtros e, possivelmente, menos limites. **!**