

# QUE GERAÇÃO É ESSA? NOVAS OCUPAÇÕES QUE SURGEM COM A ASCENSÃO DA INTERNET ✓

55

Maria Bernadete Reis MAIA<sup>1</sup>

---

✓ Artigo recebido em 04 de maio de 2017 e aprovado em 24 de julho de 2017.

<sup>1</sup> Doutora em Sociologia pela Universidade Federal de São Carlos (UFSCar). Atualmente desenvolve estágio pós-doutoral no Instituto Tecnológico Vale (ITV) pelo grupo de pesquisa Socioeconomia e Desenvolvimento Sustentável. E-mail: <[mbrmaia@hotmail.com](mailto:mbrmaia@hotmail.com)>

## QUE GERAÇÃO É ESSA? NOVAS OCUPAÇÕES QUE SURGEM COM A ASCENSÃO DA INTERNET

## WHAT GENERATION IS THIS? THE NEW OCCUPATIONS THAT ARISE WITH THE ASCENSION OF THE INTERNET

### RESUMO

O presente artigo objetiva contribuir para o debate sobre as profissões que emergem com o advento da internet e se consolidam como características geracionais. Nesta perspectiva inserem-se os influenciadores digitais, aqui eleita como a profissão a ser comparada com outras carreiras tidas como tradicionais. Quer-se analisar como os jovens escolhem suas profissões e agregam valor a elas conforme o avanço da tecnologia. Discute-se os conceitos de novas ocupações e carreiras tradicionais, a fim de identificar especificamente como os *Millennials* estão inseridos no mundo que criou os influenciadores digitais e em que medida a ascensão das tecnologias da informação podem vir a determinar essas escolhas. Apontamos ainda, as relações mercadológicas que podem contribuir para entender o surgimento dessas novas ocupações na contemporaneidade e a formação das identidades dos jovens, a partir das escolhas profissionais de seus pais. A pesquisa é de cunho qualitativo e interpretativa, com dados obtidos com a aplicação de formulários de pesquisa via plataforma *Google forms*, contato via redes sociais e e-mails. Ao todo foram 25 jovens sujeitos da pesquisa que exercem profissões que dependem da tecnologia e do contato com o público via internet. Os dados coletados resultaram na discussão teórica e empírica sobre o papel da tecnologia nas mudanças ocorridas no mundo do trabalho.

**Palavras-chave:** Novas ocupações. Millennials. Internet e Profissão.

### ABSTRACT

This article contributes to the debates about the emergence of digital influencers and their comparison to traditional careers. The text discusses the concepts of new occupations and traditional careers, trying to identify the reasons that lead Millennials to pursue certain professions in detriment of others. The discussions also include the emergence of information technology and, also, to which extent it may have been responsible for these career choices. We also point out market relations that may help us understand the emergence of these new occupations in contemporary times and the identity formation process of young people based on the influence of the professional choices made by their parents. The research process followed a qualitative and interpretative design, and a questionnaire was used for data collection, having young people who work as digital influencers as the participants. The data collected resulted in the theoretical and empirical discussion about the role of technology in the changes that have occurred in the world of work, with the advent of technology and the emergence of new professions.

**Keywords:** New occupations. Millennials. Internet and Profession.

## 1 INTRODUÇÃO

O mundo está cada vez mais organizado em redes de comunicação. O sistema capitalista incorporou e adaptou-se às mudanças sociais que fazem da tecnologia o centro da vida moderna. Por ser ao mesmo tempo transformador e adaptativo, como sistema homogêneo, adequa-se e faz emergir novas relações sociais e de trabalho (OLIVEIRA, 2012). É nesse contexto que, a partir da década de 60 do século XX, iniciou-se o cenário no qual a tecnologia da informação definiu o instrumento e novas formas de trabalho. Gerações antes focadas na estabilidade financeira e na formação de uma carreira profissional sólida, passam a interagir com outros espaços de trabalho fora das fábricas e dos cargos públicos tradicionais. Este debate pretende focar sua análise nas novas ocupações, que indicam todo um **modus operandi** da geração y, também chamada de **geração do milênio** (*Millennials*) ou **geração da internet**, e que teve início com o advento da tecnologia da informação (TI).

Para entender tais sujeitos, realizou-se uma pesquisa qualitativa de cunho interpretativo a partir da qual os sujeitos da pesquisa são entendidos como “o agente conhecedor, de modo que o indivíduo não surge como contraposto no mundo, reagindo a eles, mas, antes, como produtor da realidade social a partir da interação com seus pares” (ROSENTHAL, 2014, p. 21). Nessa perspectiva, considerou-se os sujeitos como seres históricos, detentores de saberes oriundos de suas experiências e intercâmbio com o ambiente e com os sujeitos que agem em cada e a partir de contextos singulares.

Por meio de formulário de pesquisa, com perguntas abertas e fechadas, abordamos jovens de 25 a 35 anos, que se enquadram na descrição tomada pela literatura sobre a geração y. Estes jovens residem em várias regiões do globo (França, Inglaterra, Estados Unidos e Brasil), por isso optamos pela pesquisa troca de e-mails, interação via redes sociais e uso do *Google forms*<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Google formulários trata-se de uma plataforma on-line, na qual elabora-se perguntas abertas e fechadas muito utilizada pelo meio acadêmico como instrumento de pesquisa. No caso desta pesquisa foram elaboradas perguntas abertas e fechadas para o os sujeitos da pesquisa respondessem conforme aceitassem participar.

Os sujeitos da pesquisa foram jovens que trabalham com internet, eleitos a partir de **amostragem aleatória simples**, ativos na plataforma do *Snapchat*<sup>3</sup> e *Instagram*<sup>4</sup> pela visibilidade que possuem nas redes sociais conforme os temas que abordam<sup>5</sup>.

A geração **GYPSY** (Gen Y Protagonists & Special Yuppies) ou simplesmente **y** é entendida pela literatura como a que nasceu a partir da junção entre flexibilidade e inovações tecnológicas no final da década de 70, até a metade da década de 90 (século XX). São filhos da geração **Baby Boomers** e possuem entre 25 e 35 anos pertencente à classe média ou alta da sociedade. Fazem parte da cultura **youppie**, palavra derivada da sigla **YUP** (Young Urban Professional) (MOZOROV, 2010). Esses jovens sofrem as transformações que modificam os horários e espaços de trabalho, incentivam o empreendedorismo e a incorporação da instabilidade como desafios proposto pelos **novos tempos** (CANCLINI, 2012; POZO, 2012; SENNETT, 2009).

Pauta-se está análise nas abordagens Pais (1990), ao compreender que, os meios para distinguir e conhecer as diferenças nas formas de pensar e agir dos grupos, pode ser a partir do comportamento da cultura juvenil, isto é, pelos seus interesses, sentimentos comuns. Este autor ressalta que, dentro do recorte geracional, jovens com interesses comuns e que tendem a fazer parte de grupos profissionais semelhantes, pertencem à mesma classe social e grupo ideológico (PAIS, 1990). Castells (1998) acrescenta a este debate enfatizando que esta geração acessa os mesmos meios de comunicação, busca as mesmas plataformas, adere à moda contemporânea, construindo identidades de projeto ao aderir à grupos que emergem de projetos efêmeros e pontuais para determinadas causas.

---

<sup>3</sup> O [Snapchat](#) é uma rede social de mensagens instantâneas voltado para celulares com sistema [Android](#) e [iOS](#) criada e desenvolvida por Evan Spiegel, Bobby Murphy e Reggie Brown, estudantes da Universidade Stanford. O app pode ser usado para enviar texto, fotos e vídeos e o diferencial é que este conteúdo só pode ser visto apenas uma vez, pois é deletado logo em seguida, se "autodestraindo" do app. (KURTZ, 2016)

<sup>4</sup> É uma rede social de fotos para usuários de Android e iPhone. Basicamente se trata de um aplicativo gratuito que pode ser baixado e, a partir dele, é possível tirar fotos com o celular, aplicar efeitos nas imagens e compartilhar com seus amigos (RASMUSSEN, 2017).

<sup>5</sup> Os dados foram coletados entre os meses de janeiro de 2017 e março de 2017.

A juventude conectada é um reflexo da ascensão da tecnologia formadora de sítios de relacionamentos e a vida organizada em redes de comunicação internet. Essa interação ocorre no mundo virtual da internet e dá a esses jovens a possibilidade de explorar sua autonomia a partir de uma vida organizada em projetos, trazendo um sentimento de autonomia e formação de uma identidade coletiva (MATTOS, 2015). Na última década, esses jovens profissionalizaram-se, destacando como uma nova categoria de trabalhadores. São blogueiros, *youtubers*, *coaches*, profissionais holísticos, *freelancers* etc, conectados à internet, aptos e disponíveis para novas experiências, na medida em que são móveis, abertos ao risco e à novas formas de trabalho flexível.

O artigo está dividido da seguinte forma: Na primeira parte debate-se as configurações que caracterizam e exercício profissional pelos jovens numa perspectiva temporal, enfatizando sua trajetória biográfica, apresentando concomitantemente os primeiros dados da pesquisa. Após faz-se um recorte geracional comparando a geração de jovens sujeitos da pesquisa com a geração anterior, apresentando informações específicas de sua trajetória e como interagem virtualmente e no exercício profissional.

## 2 OS DIGITAIS INFLUENCERS: QUE GERAÇÃO É ESSA?

As transformações capitalistas ocorridas desde a década de 60 trouxeram consigo uma revolução tecnológica com características informacionais. Dentre as mudanças, o entendimento da dinâmica espaço-tempo, apontaram uma nova relação, quando pensamos em formas de trabalho. Nesse processo, a distribuição, circulação e produção de bens e consumo de mercadorias foi adquirindo outras lógicas nunca antes presenciadas (HARVEY, 1993). Essa realidade marcou a crise do modelo fordista de produção e a decadência do Estado de Bem-Estar Social. As consequências foram a precarização do trabalho de muitas nações, o aumento do desemprego e a perda de direitos trabalhistas. Outra consequência foi a desregulamentação do mercado de trabalho, crescimento da informalidade e precarização dos contratos de trabalho (HARVEY, 1993; CASTELLS, 1998).

Nesta mesma década, o slogan **Going to work with na Osborne personal business computer**, conclamava uma das primeiras publicidades que indicava a popularização dos computadores pessoais. Com esse slogan, um pôster ilustrava um homem de negócios carregando um dos primeiros modelos de microprocessadores pelo projetista Adam Osborne (1939 – 2003). Os computadores não eram mais exclusividade das agências governamentais e instrumentos utilizados para decifrar códigos militares. Os computadores pessoais adquiriram o *status* de objeto de trabalho presente no ambiente doméstico. Com isso, as novas configurações do trabalho começaram a suscitar a ideia de flexibilidade do trabalho. Isto é, o trabalho passa a ser idealizado, organizado e realizado na residência do trabalhador e em forma de projetos. Começa a ser incentivada uma vida na qual o trabalhador faz seu horário de trabalho, distanciando-se das jornadas cumpridas em ambientes específicos, como fábricas e repartições públicas. Tal realidade deixa as fronteiras entre ambiente de trabalho e não-trabalho imprecisas (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009; SENNET, 2009).

O advento dos microprocessadores coincide com uma realidade na qual o trabalhador começa a ser o responsável pela sua qualificação.

É inegável a rapidez com que as mudanças nas mais diferentes esferas acontecem. Mudanças no contexto das relações sociais, no contexto político, nas relações mercadológicas e muito mais evidente, as mudanças tecnológicas. O século XX representou a consolidação de um sistema de mercado baseado na tecnologia. Seja no avanço da indústria automobilística (fordismo), no avanço da medicina, física, etc, a tecnologia moveu-se em todos esses contextos até chegar aos ambientes domésticos (CHATFIELD, 2012, p. 48).

O avanço tecnológico e a chegada dos processadores contínuos nas casas das famílias, representou o delineamento de algo revolucionário, intensificado com a criação de um modelo computacional (década de 1970) baseado em rede: a Internet. Aprimorada pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos da América, inicialmente com o nome de ARPnet<sup>6</sup>, era usada pelo governo estadunidense para conectar-se às redes de rádio e satélite. Com sua popularização, tal avanço tecnológico alterou as formas de produzir, bem

---

<sup>6</sup> ARPNET - Advanced Research Projects Agency Network.

como, alteraram as relações entre empregador e trabalhador, inaugurando uma nova relação entre a economia, o Estado e a sociedade (CASTELLS, 1998).

O sistema em rede propiciou a circulação rápida de informações, internacionalizando as relações e reafirmando a fluidez do tempo-espaço, modificando formas de trabalho antes existentes e concentradas apenas em alguns países. O que aconteceu foi uma reestruturação produtiva. A reestruturação produtiva do século XX, quando se trata da rede mundial de computadores, faz com que os sujeitos possam residir e realizar seu trabalho em qualquer lugar do mundo, possibilitando que se estabeleça relações com pessoas do globo (MOROZOV, 2010). De acordo com Leite (2009), essa realidade não atinge todos os países da mesma maneira, mas é intensificada no Brasil a partir da década de 1990.

## 2.1. CARREIRA PROFISSIONAL TRADICIONAL: DA GERAÇÃO *BABY BOOMERS* À GERAÇÃO Y

A junção entre flexibilidade e inovações tecnológicas promoveu a valorização do trabalho dos jovens que nasceram com a sigla GYPSY, destacando-se como a geração com características autodidatas. A partir da década de 1980, o autodidatismo torna-se um diferencial para a inserção desses jovens no mercado de trabalho, que solicitava um perfil empreendedor e inovador, dando a eles um maior destaque. O nível superior pode ou não ser um elemento chave para o trabalho e a transmissão da escola para o mercado profissional torna-se fluida. A pesquisa aqui apresentada, descreve como as escolhas dessa geração foram se delineando, em detrimento das escolhas feitas pela geração *baby boomers* e pela **geração “x”**<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> A geração Baby Boomer (1946-1964) nasceu após a Segunda Guerra Mundial e hoje possuem mais de 60 anos. Fala-se ainda em uma geração “x”, nascida após a Baby Boomer, já sob a influência da tecnologia que surgia na década de 60-70. A geração “y” são filhos e netos dessas duas gerações.



Castells (1998) analisa que com o surgimento da economia informacional, a revolução tecnológica acelerou a transformação da base material da sociedade. Desse modo, a produtividade passou a ser determinada pela capacidade dos agentes no processo de geração de projetos e no processamento de informações. Diante dessa lógica, as relações de trabalho modificaram-se, pois, a inserção ocupacional, não era mais atrelada à indústria (ANTUNES; BRAGA, 2009).

Os sujeitos envolvidos nesta pesquisa evidenciam tais premissas. Grande parte dos que responderam ao formulário de pesquisa enfatizaram não possuir um espaço de trabalho definido. Em muitos casos, a casa é definida como o ambiente de trabalho (*home office*) e instrumentos como computadores, celulares e a própria internet, seus meios de produção. Aqui, os meios de produção adquirem uma nova conotação, uma vez que estão sob a propriedade do trabalhador. Nesta perspectiva, entende-se que as gerações adquirem características formadas coletivamente, conforme as mudanças e os processos históricos construídos e organizados no tempo-espaço (MANNHEIM, 1993).

O avanço tecnológico influencia cada geração de maneiras distintas, dita modos de vida e define interpretações sobre a realidade social e cultural da sociedade. Numa perspectiva sociológica de análise do mercado no qual se inserem esses jovens, não podemos deixar de pensar sobre as diferenças sociais expressa no recorte geracional e nas relações entre as classes. Visando superar uma visão enviesada da realidade, Pais (1990) sugere que a juventude tem sido comumente analisada em duas vertentes: a primeira define a juventude pela fase de vida e faixa etária, e busca aspectos que homogeneizem os jovens, com o intuito de categorizá-los; a segunda, toma a juventude como conjunto social diverso, pois a classe social a qual pertencem, a situação econômica e as oportunidades, são cruciais para a construção de suas identidades. O autor assevera: “seria, de fato, um abuso de linguagem subsumir sob o mesmo conceito de *juventude* universos sociais que não têm entre si praticamente nada em comum” (PAIS, 1990, 140, grifo do autor). Definir os pela faixa etária e recorte geracional, neste sentido, são aspectos dentre muitas outras formas de analisar, entender e interpretar a juventude.

Assim, entender o mercado de trabalho no qual estes jovens inserem-se, demanda a compreensão do sentido do trabalho na contemporaneidade. Em toda



sua complexidade, este tema requereu entender os padrões de valores individuais e sociais sobre o trabalho (CAVAZOTTE; LEMOS; VIANA, 2012). Os valores pessoais acabam criando medidas para interpretar o “bom ou ruim, desejável ou indesejável, o que merece ou não o investimento de nosso esforço e energia”. Esses valores, vão organizar “necessidades, desejos e objetivos em função de sua importância e prioridades relativas e estão associados com as atitudes e comportamentos sociais dos indivíduos nesse contexto” (NORD; BRIEF, 1990 apud CAVAZOTTE; LEMOS; VIANA, 2012, p. 164).

## 2.2. BIOGRAFIA E EQUILÍBRIO PROFISSIONAL

A biografia de uma pessoa é determinante para delinear sua trajetória. As escolhas, omissões, ações de cada jovem é o elemento construtor de sua biografia e para todas, a classe social é decisiva. Segundo Carodos “As pessoas não nascem iguais em suas potencialidades e possibilidade” (2013, p. 293). O autor ainda vai afirmar que:

A desigualdade está inscrita no território de nascimento (campo ou cidade, cidade grande ou pequena, Brasil ou Suécia), na existência ou não de hospitais e condições adequadas de salubridade do local de nascimento, nos recursos financeiros e culturais das famílias, no acesso à saúde pré-natal da mãe e do bebê etc., e nada disso está igualmente distribuído. Isso é uma trivialidade sociológica, e serve apenas para deixar claro, desde logo, que as pessoas não têm sua *potencialidades indeterminadas* ao nascer. Seus caminhos possíveis configuram um conjunto de probabilidades de destino em etapas sucessivas da vida que apenas muito tardiamente são vividas pela pessoa como propriamente fruto de escolhas suas (CARDOSO, 2013, p. 293, grifo do autor).

Nesse ponto de vista, os jovens *millennials* atribuem resultados e o sentido ao trabalho a partir de acesso a meios e lugares que ocupam na sociedade. Os jovens que participam desta pesquisa possuem uma característica comum: suas escolhas são acompanhadas e redefinidas, como já citado, pelo acesso às tecnologias da informação. Com isso, faz-se essencial entender o sentido do trabalho atribuído pelos indivíduos e grupos: “Compreender o comportamento das pessoas no trabalho num mundo pós-moderno, no qual a dimensão profissional ainda tem papel

fundamental para a formação da identidade” (CAVAZOTTE; LEMOS & VIANA, 2012, p. 165).

Chatfield (2013) discorre acerca da experiência do teórico Kevin Kelly (2011):

Tive de convencer a mim mesmo a acreditar no impossível com mais regularidade. [...] Vinte anos atrás, se eu fosse contratado para convencer uma plateia de pessoas sensatas e esclarecidas que dali a vinte anos as ruas do mundo inteiro estariam mapeadas por fotos de satélite e à disposição em nossos aparelhos de telefones portáteis – de graça -, e com vista para as ruas de muitas cidades, não teria conseguido. Não saberia ilustrar as razões econômicas para isso fosse oferecido “de graça”. Era completamente impossível naquela época (KELLY, 2011 apud CHATFIELD, 2013, p. 47, grifo do autor).

Irwin (2017) aponta que Jennifer M. Silva, da Universidade de Bucknell, em seus estudos sobre a juventude da classe trabalhadora americana, aborda como estes jovens veem a realidade frente ao mercado de trabalho. Afirma que enfrentam profunda sensação de insegurança econômica ao não verem o mercado de trabalho tradicional como uma possibilidade em suas vidas. Ao atingir a idade adulta, os planos já não são os mesmo da geração que o antecederam. Comprar uma casa, casar, conseguir um emprego estável é uma sensação fora de alcance e não estão em seus planos para médio prazo.

A realidade da juventude trabalhadora brasileira não é diferente, porém firmam-se cada dia mais suas vidas em projetos individuais, mas planejando-se e assegurando-se para o futuro. Uma das jovens abordadas pela pesquisa, que aqui denominaremos de Informante A (INFO-A), abandonou uma carreira bem-sucedida como diretora em uma agência de publicidade de renome, em São Paulo, para viajar o mundo e viver a experiência de um período sabático. INFO-A iniciou essa experiência aos 30 anos, mas não sem antes planejar cada detalhe da sua vida financeira e do que precisaria para viver os tão almejados anos sabáticos. O que a motivou foi perceber que queria experimentar o mesmo que seu namorado: “largar tudo e viajar”, “sair da zona de conforto”. A busca por novas experiências aliada a experiência de deixar um trabalho, em muitos casos seguro e estável para viver o imprevisível, é uma característica que encontramos em quase todos os jovens que participaram da pesquisa. Por um tempo, INFO-A ainda viveu do **nomadismo digital**, ou seja, agências de publicitárias a contratavam para realizar trabalhos via

internet, mas atualmente pretende seguir profissionalmente como blogueira e põe em prática, como empreendedora individual, tudo que aprendeu nos anos de trabalho: “Exerci por 14 anos e mesmo trabalho depois de mudar, tudo o que aprendi foi extremamente útil” (INFO-A). Avalia sua produtividade semanalmente. O sistema que encontrou para ser produtiva foi realizar semanalmente **reunião de status** com uma amiga, também empreendedora individual, com a qual troca informações sobre o que realizou, se progrediu no trabalho, se iniciou novos projeto ou cumpriu as metas estipuladas. Esse sistema objetiva criar disciplina e substitui, segundo a informante, a supervisão de um chefe.

Jovens que escolhem empreender, como o INFO-A, são cada vez mais comuns, e é nesse processo de escolha da nova ocupação profissional e pioneirismo, que surgem os *digital influencers*. São em geral jovens que compartilham suas ideias sobre determinados assuntos, modo de vida, preferências, viagens, etc, para, muitas vezes, milhões de leitores (*blogs*) e expectadores (plataformas de vídeos). Possuem como medida do sucesso de suas publicações em ambientes virtuais o número de visualizações, curtidas, que representa, muitas vezes, seu favoritismo meio a muitos outros influenciadores. Criam conteúdo baseado em vivências e, como expressa o INFO-A, seu maior instrumento de trabalho é a vida. Moura (2017), ao analisar o papel desempenhado pela juventude *digital influencer*, aponta que a popularidade e visibilidade que adquirem advém do número de seguidores nas redes sociais. Tal fator propicia a esses jovens o poder de fazer com que as marcas se adequem ao seu estilo, objetivando potencializar seu poder de mercado e alcançar a opinião pública:

As marcas analisaram e implementaram uma estratégia de marketing e de publicidade, assim como de permanência no seu ramo através da divulgação dos seus produtos, na voz dos “influenciadores” e respectivas plataformas (MOURA, 2017, on-line, grifo do autor).

É nesse contexto que também surgem os **blogueiros**. Entender a ocupação de blogueiro como uma profissão é recente. A produção de conteúdo digital, com o advento da internet, passou a ser uma atividade possível. A produção de textos, comentário e análise de contexto social e políticos, assuntos cotidianos, etc., foram, por muitas décadas exclusividade dos jornais, revistas e televisão. A internet pode

ter contribuído para a democratização da produção de conteúdo, mesmo que ainda seja uma atividade exercida por uma classe média e alta, algo que apontamos tendo em vista apenas os resultados desta pesquisa.<sup>8</sup>

No decorrer da pesquisa foi possível identificar que muitos dos jovens abordados optam por profissões menos formais e que não possuem uma estabilidade garantida. Neste caso, a faceta do empreendedor evidencia-se ainda mais como uma característica marcante dos jovens contemporâneos, o que visualizamos, de fato, nos resultados obtidos na pesquisa. Desde profissionais holísticos (INFO-C) que possuem clientes que vem e vão, em sua maioria virtuais; instrutores de yoga (INFO-D); Guias Culturais (INFO-E) em cidades turísticas; à blogueiros (INFO-F, INFO-B, INFO-E, INFO-H) que produzem conteúdo digital.

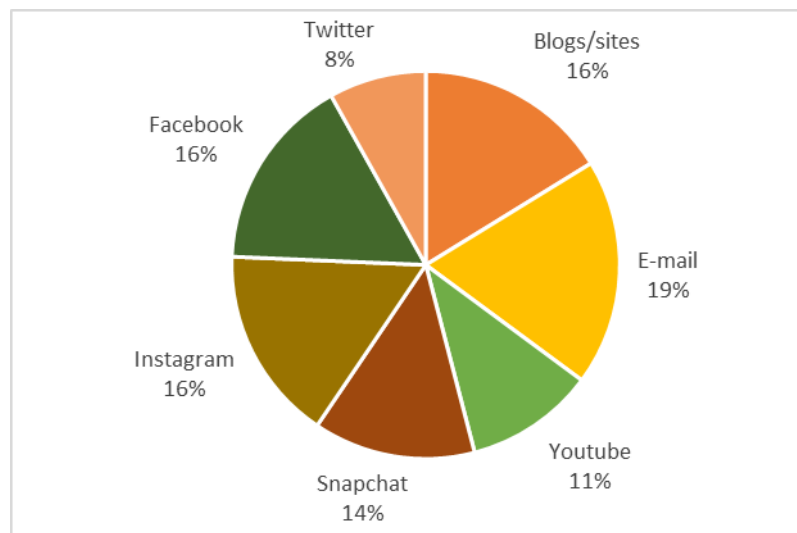
A rapidez com que os jovens abordados mudam de ideia sobre suas ocupações e a carreira profissional a seguir, coincide com as mudanças nas relações entre mercado e consumidor:

A televisão e o rádio foram inventados há cerca de um século; a prensa há mais de quinhentos anos. Em apenas duas décadas, no entanto, fomos da abertura da internet para o público geral à arca de mais de 2 bilhões de pessoas conectadas; e passaram-se apenas três décadas desde o lançamento do primeiro sistema comercial de celular até a conexão de mais de 5 bilhões de usuários ativos (CHATFIELD, 2012, p. 48).

---

<sup>8</sup> Segundo a Agência Brasil, o Comitê da Internet no Brasil (CGU.br) afirma que 58% da população brasileira usa internet. A pesquisa foi realizada ente novembro de 2015 e junho de 2016.

Figura 1 – Frequência dos meios virtuais mais usados pelos jovens informantes da pesquisa.



Fonte: Pesquisa, 2017.

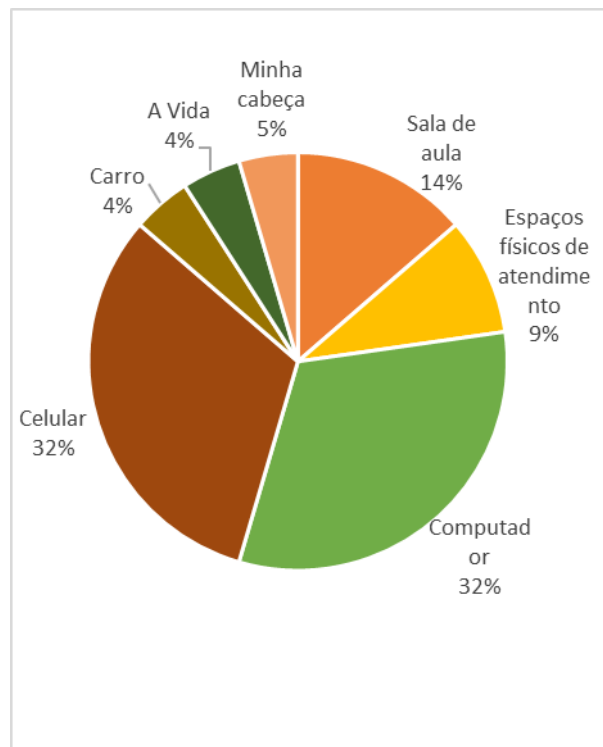
O exemplo dessa mudança e adequação às novas configurações exigidas pelo mercado de trabalho encontra-se em outro informante da pesquisa. INFO-B estudou jornalismo e especializou-se em história da arte fora do Brasil. Hoje atua como jornalista elaborando editoriais para uma prestigiada revista feminina de moda em circulação no Brasil, produz vídeos para internet, produz conteúdo para seu blog, em geral com textos sobre exposições de arte e usa as intensamente redes sociais como *Instagram*, *Facebook*, *Twitter* e *Snapchat*, para divulgar conteúdo e interagir com seus leitores. É característica da geração y atuar significativamente em redes sociais e as usar como instrumento de trabalho. Todos os informantes da pesquisa indicaram ter tecnologias da informação como meios de trabalho (Figura 1). Sobre essa rotina intensa de trabalho, que expressa sua jornada de trabalho, Chatfield (2012) informa:

Considero a rotina das minhas experiências digitais. Em um dia normal, envio e recebo algumas mensagens de texto, leio e envio de vinte a trinta e-mail, escrevo um bocado de vezes no *Twitter* e fico em frente à tela do

computador de duas a doze horas, conectado, lendo, escrevendo e interagindo on-line (CHATFIELD, 2012, p. 98).

A *Web 1.0* foi a primeira possibilidade que as empresas ganharam uma nova mídia significativo ampliar seu *marketing*. A primeira plataforma multimídia foi a *World Wide Web*. Esta foi habilitada para as organizações e para transferirem seus anúncios e catálogos impressos para o ambiente digital e produzir conteúdo *on-line*, em forma de sites (BERTHON, PITT, PLANGGER & SHAPIRO, 2012 apud STAWICKA, 2017). Hoje esse meio de comunicação é considerado como tradicional e unidirecional. Foi muito usado por empresas para atingir o público com informações sobre seus produtos e serviços. Nos anos 10 (século XXI) esse tipo de compilação de informação foi ultrapassado com a *Web 2.0*. Nesta plataforma, a comunicação é ampliada e possui duas vias. O usuário (público) deixa de ser apenas o receptor da informação e passam a ser ativos e produtores de conteúdo (FOURNIER; AVERY, 2011 apud STAWICKA, 2017).

Figura 2: Frequência dos meios e instrumento de trabalho segundo os jovens informantes da pesquisa



Fonte: Pesquisa, 2017.

O acesso às redes sociais não está mais limitado ao compartilhamento de conteúdo para fins pessoais ou interação familiar. As redes sociais junto com o computador, citadas pelos sujeitos da pesquisa como um instrumento de trabalho. O instrumento, para eles, não se limita a um objeto tangível, mas à espaços virtuais também considerados como ambientes de trabalho, assim como seu próprio corpo e intelecto (Figura 1).

Esses jovens também são estudados por Joanna Stawicka (2017), que assevera estar em ascensão um número considerável de plataformas de mídia social, o que tem permitido o surgimento de *webcelebridades* ou *celebridades on-line*. Esses jovens tornam-se figuras públicas instantaneamente e fazem uso das redes *on-line* para divulgar-se. As redes sociais mais citadas pelos informantes são: *Instagram, Facebook, Twitter* e *Snapchat* (Figura 1). Este último tem sido filtro para que esses jovens empreendedores meçam o resultado do seu trabalho. Em espaços virtuais verbalizam, ilustram e comunicam assuntos, tornando-se poderosos influenciadores *on-line*:

Crescemos acostumados à ideia de difusão de informação. Por trás de nossa resignação diante do fato de que há muito mais informação à disposição do que jamais conseguiremos absorver, existe, no entanto, uma curva ascendente para representar a soma de toda a informação digital, que cresce em razão exponencial (CHATFIELD, 2012, p. 155).

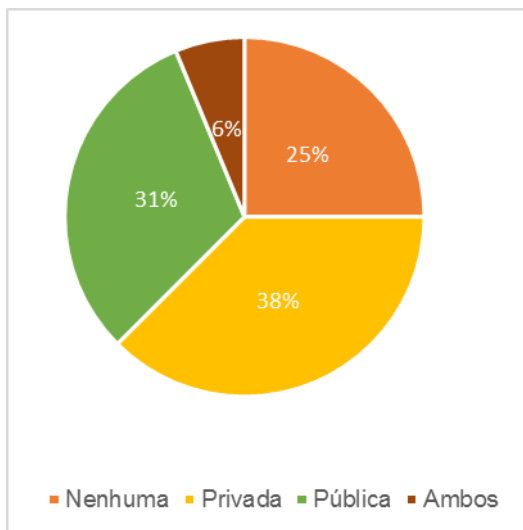
É nesse contexto apresentado por Chatfield (2012) que a *millennial* nasceu e se tornou adulta. É nesse ambiente que os *digital influencers* surgem e a difusão de informação é instrumento de trabalho. O mercado absorve esses conteúdos e fama das *webcelebridades* contratando esses jovens para venda de seus produtos. Alguns informantes que seguem como blogueiros profissionais informaram que mantêm suas atividades com o patrocínio de anunciantes. Marcas de produtos alimentícios, de beleza, moda, viagens, etc., encontram nessa geração, os divulgadores ideais para seus serviços e produtos. Como destacado anteriormente, Harvey (1993) apontou essa característica mercadológica do sistema capitalista. Enquanto sistema hegemônico, absorve e se adequa às mudanças, e neste caso também está evidente a relação mercadológica na qual o pequeno empreendedor virtual torna-se o meio para chegar aos consumidores.



### 3 JUVENTUDE E EXERCÍCIO PROFISSIONAL: O PRESENTE E O FUTURO

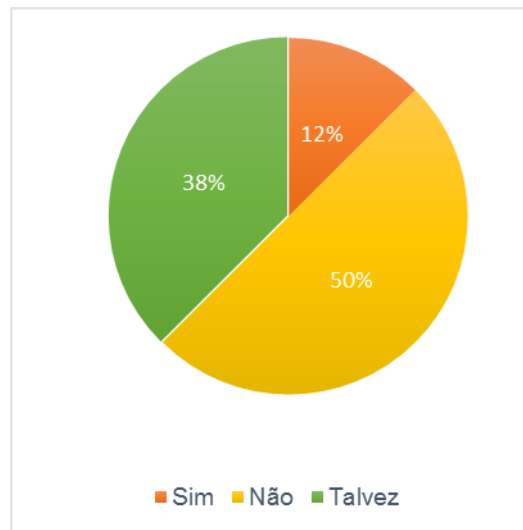
O acesso à direitos sociais como aposentadoria foi um tema destacado no contato com os sujeitos da pesquisa. Enquanto seus pais buscavam profissões estáveis que lhes permitissem uma velhice segura, os *youppie* abandonam carreiras para seguir sonhos, escolhem viver anos sabáticos e investem em profissões de risco. Ao observar o quadro de profissões mais citadas pelos informantes comparando com a atividade que exercem agora, e que consideram profissão, visualiza-se como estes jovens transitam e se firmam em identidades de projeto (CASTELLS, 1998).

Figura 3 – Frequência dos informantes sobre Seguridades Social.



Fonte: Pesquisa, 2017.

Figura 4 – Frequência dos informantes que seguiriam a profissão dos pais.



Fonte: Pesquisa, 2017.

As diversidades nas escolhas dos sujeitos desta pesquisa foram marcantes, no que concerne aos riscos que suas escolhas podem representar, tendo em vista a vida futura. Este juízo pauta-se nos dados sobre a preocupação dos informantes em adquirir bens próprios e previdência social. Aqui entra em voga, novamente, a questão da estabilidade profissional. Por optar em ir além do recorte geracional e ir muito além de pensá-los em seus ambientes de trabalho, sejam em trabalhos realizados em escritórios, em *coworking*, ou *home office*, entende-se que é

necessário verificar como essa geração planeja e pensa o futuro, quando se trata dos direitos que envolvem uma relação trabalhista.

Quando questionados sobre o quanto as escolhas profissionais de seus pais influenciaram nas suas, parte significativa dos informantes (50%) enfatizaram que não gostariam de seguir as mesmas profissões, mesmo que representassem estabilidade financeira ou acesso à previdência social, seguro desemprego, Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS), dentre outros direitos sociais comuns a uma relação de trabalho (Figura 4). Por outro lado, verificou-se que, apesar de suas escolhas não serem por relações de trabalhos fixas, o futuro é uma preocupação, mesmo que o percentual (25%) de informantes que afirmaram não possuir nenhuma forma de previdência ou seguro saúde. Outra parcela significativa (38%) assevera ter essa preocupação e optar pela previdência e seguro de saúde privado. Outros (31%) informaram fazer uso de serviços públicos de saúde, um direito como cidadão, segundo eles, e não possui nenhum tipo de previdência pública ou privada (Figura 3).<sup>9</sup>

No que concerne os direitos sociais desses jovens trabalhadores, há uma corrente filosófica que vem abordando tal realidade a partir da perspectiva neoliberal, na qual haveria o desmantelamento de todos os direitos (CHAUÍ, 2017, *online*). Os direitos, segundo essa corrente, têm sido tratados como serviços que você compra e vende no mercado. Partindo do ponto de vista de que cada indivíduo é um investimento que a família faz, isso possibilitaria, segunda a referida corrente, ao indivíduo, pensar-se como uma empresa, dando-lhe a ideia de que negocia de igual para igual com o mundo empresarial. Diante disso, os trabalhadores contemporâneos não se firmariam como classe trabalhadora ao se tornarem “empresários de si mesmo e o individualismo é levado ao ponto máximo” (CHAUÍ, 2017, *online*). Há uma perda da referência de classe social, há individualismo competitivo, há a privatização dos direitos, pois ele negocia direto no mercado o acesso à saúde, à previdência.

Sobre a renda e o futuro da profissão, muitos dos jovens sujeitos da pesquisa, trabalham por temporada ou em pequenos projetos como *freelancer* e de forma

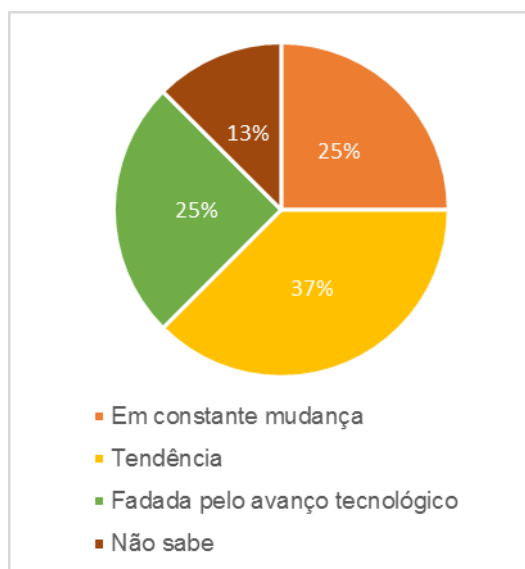
---

<sup>9</sup> Vale ressaltar que muitos dos jovens abordados pela pesquisa residem fora do Brasil. Alguns deles possuem dupla cidadania.

independente. A renda mensal advém, em muitos casos do apoio familiar, uma vez que ainda não conseguem sobreviver com o dinheiro que ganham com o trabalho atual, alguns destes (25%), *blogueiros* que vivem em outros países, escrevem sobre seu cotidiano e vivência de estrangeiro no exterior. Uma pequena porcentagem (13%) ressaltou que conseguem exercer o trabalho atual porque investiram o dinheiro que receberam de seus trabalhos anteriores (Figura 6). Essa parcela abandonou profissões e/ou cargos importantes para seguir trabalhando de forma autônoma, como é o caso do INFO-A, trajetória destacada anteriormente neste texto.

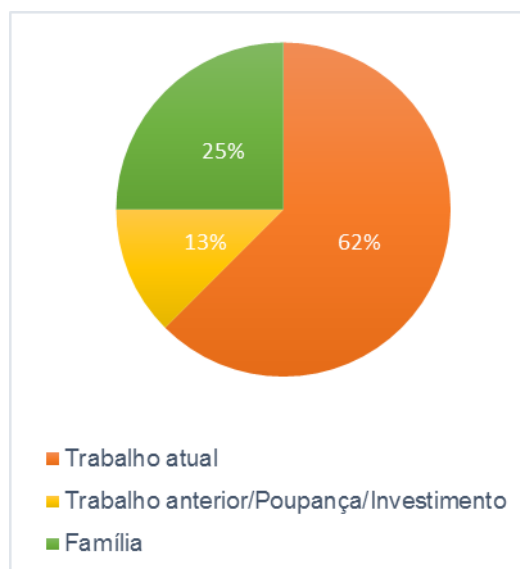
A realidade que os jovens sujeitos da pesquisa vivenciam agora, interfere na sua visão sobre o futuro da profissão que escolheram. Não se pode afirmar, se as escolhas da geração anterior propiciaram maior segurança, mas conforme as informações obtidas nesta pesquisa, a insegurança e descrença com o futuro profissional é algo para ser destacado (25%).

Figura 5 – Frequência da opinião dos informantes sobre o futuro da profissão que exercem



Fonte: Pesquisa, 2017.

Figura 6 – Frequência da origem da renda dos informantes.



Fonte: Pesquisa, 2017.

INFO – E abandonou um cargo estável como funcionário público. Hoje trabalha como guia cultural na cidade de Paris/FR, pois história e arte sempre lhe

foram conhecimentos tácitos, ou seja, sempre teve facilidade em aprender e repassar. Mantém um blog, um canal no *Youtube* e redes sociais diversas sobre suas atividades, conectando-se com seus clientes via rede mundial de computadores. Considera que, com a efemeridade dos tempos, mesmo exercendo uma profissão autônoma, será ultrapassada daqui há alguns anos, pois entende que poderá ser substituído por máquinas inteligente (robôs guias, por exemplo). Em contraponto, há uma parcela significativa (37%) que reforça que sua profissão só se fortalece com o advento da tecnologia. Consideram suas profissões como tendência que não desaparecerá (Figura 5). INFO – C fez faculdade de educação física, filosofia e foi sargento do exército, abandonou tudo por considerar que atualmente as terapias holísticas estão em alta e possui aptidão para contribuir com o processo de autodesenvolvimento das pessoas: “Vejo que a tendência dos cursos e educação online é cada vez mais forte e que o mercado para isto está em amplo crescimento”. Outra informante, INFO – D, abandonou sua clínica veterinária para estudar *Yôga*, considera que sua profissão é “uma grande ferramenta de busca de valores e de resgate de uma melhor versão como ser humano”. Escreve assiduamente nas redes sociais textos de autodesenvolvimento pessoal e consegue atingir o público de forma significativa, interagindo e recrutando alunos para o que ela denomina missão: o resgate do lado humano das pessoas. Para isso, criou uma Organização Não Governamental (ONG) para deixar seu legado para o planeta.

Os fatos impossíveis de nosso tempo estão apenas começando. Novas formas de colaboração e interação nos esperam, cujo esboço, talvez, possa ser percebido pelo fato de que os telefones como conexão à internet cada vez mais facilmente encontrados em nossos bolsos são mais poderosos do que a maioria dos computadores de dez anos atrás. Daqui a uma década, bilhões de pessoas terão fácil acesso a dados restritos apenas aos governos vinte anos atrás (CHATFIELD, 2012, p. 47).

Contudo, as falas dos jovens pertencentes às gerações são importantes para elucidar o debate aqui proposto<sup>10</sup>. Mesmo que parcial, o recorte geracional é importante para conhecer os significados dados pelas gerações ao seu tempo, no

---

<sup>10</sup> Este texto apresenta a pesquisa de forma parcial, elencando apenas alguns dados coletados em três meses de pesquisa com jovens entre 25 e 40 anos. Não foram citados todos os informantes.

entanto, corrobora-se com CHATFIELD (2012, p. 49), pois, “em termos intelectuais, sociais e legislativos, estamos anos, se não décadas, atrasados em relação às questões do presente”. As afirmações devem considerar as mudanças, não apenas as visíveis, mas aquelas intrínsecas às subjetividades dos sujeitos vivenciando experiências em seus tempos. “Em termos de gerações, a divisão entre os nativos que nasceram em meio à era digital e aqueles que nasceram antes dela pode parecer um abismo através do qual se torna difícil articular determinadas conclusões e valores compartilhados” (CHATFIELD 2012, p. 49). Contudo, o que se pretendeu com esta pesquisa objetivou trazer à tona um debate que aponta para as mudanças e questões que emergem na contemporaneidade.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

É impossível esgotar o debate sobre qualquer tema que se refira às questões contemporâneas. No entanto, o esforço da pesquisa e debate aqui apresentado contribui para que possamos iniciar um diálogo sobre as formas de trabalho na era da tecnologia da informação. Sem dúvida, os tempos são singulares, tendo em vista o avanço da tecnologia.

A pesquisa alcançou seu objetivo ao debater questões relevantes para a compreensão das profissões que emergem com o advento da *internet*. Além disso, possibilitou analisar como a juventude atual elege profissões numa comparação breve com as escolhas feitas pela geração anterior. Foi possível verificar que os jovens participantes da pesquisa direcionam suas escolhas conforme o acesso que possuem à informação, empreendendo suas ações conforme seu projeto de vida. Seja elegendo profissões que reportam a geração anterior ou as abandonando em prol de um novo projeto, conseguiu-se observá-lo numa perspectiva relacional com o mercado e o avanço da tecnologia.

No que concerne às profissões contemporâneas, com o avanço tecnológico, os trabalhos antes desenvolvido apenas em fábricas, escritórios etc., ganham uma nova conotação de tempo-espço de trabalho. A rapidez com que as informações circulam traz consigo complexidades às relações virtuais. A chance de ter em mãos um objeto que pode ser revertido em instrumento de trabalho, dá à juventude a

possibilidade criadora inestimável. É nesse ambiente de inovação tecnológica e surgimento de novas formas de trabalho, que se estabelecem as relações que anunciam, talvez, um novo espírito capitalista.

## REFERENCIAS

ANTUNES, Ricardo; BRAGA, Ruy. “Apresentação”. In: ANTUNES, Ricardo; BRAGA, Ruy (orgs.). **Infoproletários: degradação real do trabalho virtual**. São Paulo: Boitempo, 2009.

ARPNET - Advanced Research Projects Agency Network. **Wikipedia**. Disponível em <https://pt.wikipedia.org/wiki/ARPANET>. Acesso em 28 de março de 2017.

BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Ève. **O Novo Espírito do Capitalismo**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009.

BRASIL, Agência. Pesquisa mostra que 58% da população brasileira usam a internet. **EBC – Agencia Brasil**, São Paulo, 13 de setembro de 2016. Disponível em <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/pesquisa-e-inovacao/noticia/2016-09/pesquisa-mostra-que-58-da-populacao-brasileira-usam-internet>>. Acesso em 21 de março de 2017.

CANCLINI, Néstor García. “Introducción. De la cultura postindustrial a las estrategias de los jóvenes”. In: CANCLINI, Néstor García; CRUCES, Francisco; POZO, Maritza Urteaga Castro (orgs.). **Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales**. Madrid; Barcelona: Fundación Telefónica. Editorial Ariel, 2012.

CARDOSO, Adalberto. **Juventude, trabalho e desenvolvimento: elementos para uma agenda de investigação**. In.: Caderno CRH. v. 26, n. 68, p. 293-314, Maio/Ago. Salvador, 2013.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede – A era da informação: economia, sociedade e cultura**; v. 1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CAVAZOTTE, Flávia de Souza Costa Neves; LEMOS, Ana Heloisa da Costa; VIANA, Mila Desouzart de Aquino. **Novas gerações no mercado de trabalho: expectativas renovadas ou antigos ideais?**. Cad. EBAPE.BR, Rio de Janeiro, v. 10, n. 1, Mar. 2012.



CHAUÍ, Marilena. Marilena Chauí – uma reflexão necessária. **YouTube**, São Paulo, 2017. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=NzjZ95iKMe4>>. Acesso em 28 de março de 2017.

CHATFIELD, Tom. **Como viver na era digital**. Tradução: Bruno Fiuza. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 1993.

IRWIN, Neil. What if Sociologists Had as Much Influence as Economists? **The New York Times**, New York March 17, 2017. Disponível em <<https://www.nytimes.com/2017/03/17/upshot/what-if-sociologists-had-as-much-influence-as-economists.html>>. Acesso em 21 de março de 2017.

LEITE, Márcia de Paula. "O trabalho no Brasil dos anos 2000: duas faces de um mesmo processo." Recife: Workshop - **A Informalidade revisitada**: das origens às novas abordagens, ABET. 2009.

KURTZ, João. O que é o Snapchat? **TechTudo**, 29 fev, 2016. Disponível em <<http://www.techtudo.com.br/dicas-e-tutoriais/noticia/2016/02/o-que-e-snapchat.html>>. Acesso em 24 de março de 2017.

MATTOS, Sérgio. A dependência da juventude nas tecnologias digitais. **IHU on-line. Unisinos**. Ed. 356, São Leopoldo – RS, 2001. Disponível em <[http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=3752&secao=356](http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?option=com_content&view=article&id=3752&secao=356)> Acesso em 08 de dezembro de 2015.

MANNHEIM, Karl. "**El problema de las generaciones**". Tradução: Ignacio Sánchez de la Yncera, REIS. In.: Revista Española de Investigaciones Sociológicas, n. 62, pp. 193-242, 1993.

MOROZOV, Evgeny. The Digital Dictatorship. **The Wall Street Journal**. New York, Updated Feb. 20, 2010. Disponível em: <<https://www.wsj.com/articles/SB10001424052748703983004575073911147404540>> Acesso em 28 de março de 2017.

MOURA, Margarida. Blogs e marcas – Qual a relação? XXI Jornadas de Comunicação do IPP. **4gnews**, São Paulo, 2017. Disponível em <<https://4gnews.pt/blogs-e-marcas-qual-a-relacao/>>. Acesso em 25 de março de 2017.

OLIVEIRA, Sidnei Rocha de; PICCININI, Valmiria Carolina; BITTENCOURT, Betina Magalhães. Juventudes, gerações e trabalho: é possível falar em geração Y no Brasil? In.: **Organização & Sociedade on-line**, v.19, n. 62, p.551-558, jul./set. 2012.

PAIS, J.M. A construção sociológica da juventude – alguns contributos. In.: **Análise Social**. Vol. xxv (105-106), 1990.

POZO, Maritza Urteaga Castro. De jóvenes contemporáneos: Trendys, emprendedores y empresarios culturales. In: CANCLINI, Néstor García; CRUCES, Francisco; POZO, Maritza Urteaga Castro (orgs.). **Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales**, Madrid; Barcelona: Fundación Telefónica; Editorial Ariel, 2012.

RASMUSSEN, Bruna. O que é Instagram? **Canaltech**, São Paulo, 2017. Disponível em < <https://canaltech.com.br/redes-sociais/o-que-e-instagram/>> Acesso em 24 de março de 2017.

ROSENTHAL, Gabriele. **Pesquisa Social Interpretativa**: uma introdução. 5ª. Ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2014.

SENNETT, Richard. **A cultura do novo capitalismo**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

\_\_\_\_\_. **A corrosão do caráter**. Rio de Janeiro: Record, 2009.

STAWICKA, Joanna. How online celebrities are born. **BrandBa.se**, Malmo, Suécia, January 3, 2017. Disponível em < <http://www.brandba.se/blog/2017/1/3/how-online-celebrities-are-born>> Acesso em 23 de março de 2017.