



Por um consumo consciente

Pesquisa CYCLES

Children and Youth in Cities - Lifestyle Evaluations and Sustainability

Percepções e perspectivas dos jovens sobre si próprios, sua relação com a família, com a cidade e com a comunidade Brasil e região metropolitana de São Paulo . 2020

Realização



Patrocinador

OBJETIVO

Compreender melhor a vida dos jovens nas cidades, suas rotinas (familiar, escolar e profissional), hábitos de consumo e de lazer, suas esperanças, medos e percepções, de modo a poder indicar caminhos para a promoção de estilos de vida mais sustentáveis.

Estudo realizado em sete comunidades urbanas / cidades

- Christchurch, Nova Zelândia
- Dhaka, Bangladesh
- Lambeth/Londres, UK
- Makhanda, África do Sul
- Nova Délhi, Índia
- São Paulo, Brasil
- Yokohama, Japão

Estudo coordenado e em parceria* com:

- CUSP – Centre for the Understanding of Sustainable Prosperity da University of Surrey, no Reino Unido
- Universidade de Canterbury, na Nova Zelândia

ESTUDO REALIZADO NO BRASIL POR:

Instituto Akatu

- pesquisa qualitativa (2017-2018)
- pesquisa quantitativa (2019-2020)

ESTUDO QUANTITATIVO

CAMPO

21 de novembro de 2019

a

14 de janeiro de 2020

Amostra

2.265

entrevistados

203

de São Paulo

(respostas autodeclaradas)

Brasil

5 regiões

e São Paulo

(município e região metropolitana)

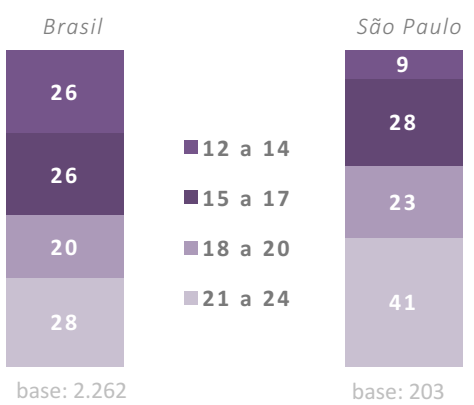
seção 1

sobre mim

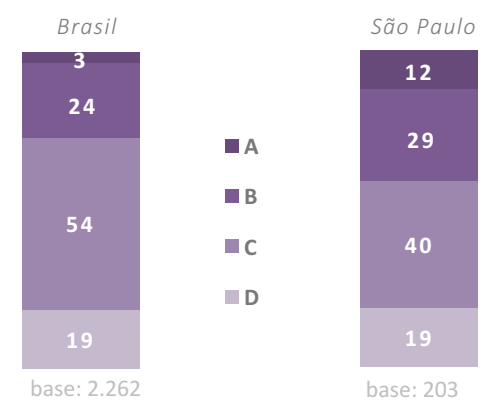
Demografia da Amostra (estimulada e única, em %)

Jovens entre 12 e 24 anos de todas as classes sociais, gêneros, regiões e raças do país

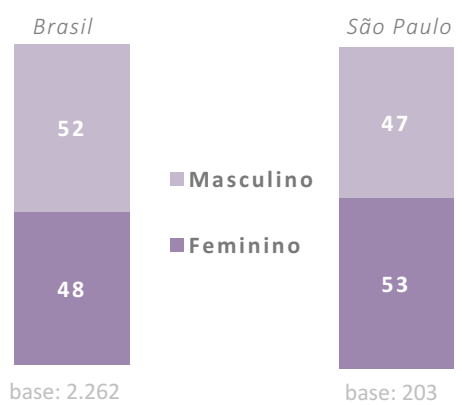
IDADE



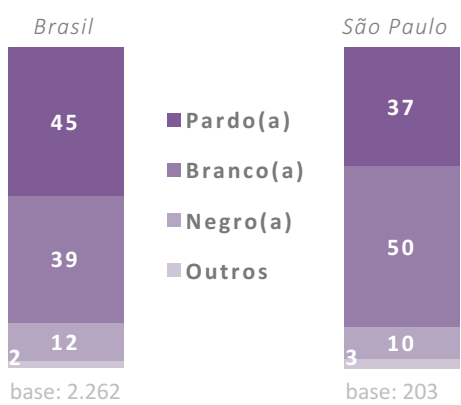
CLASSE



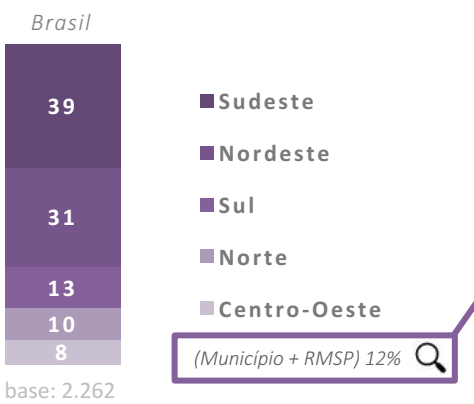
GÊNERO



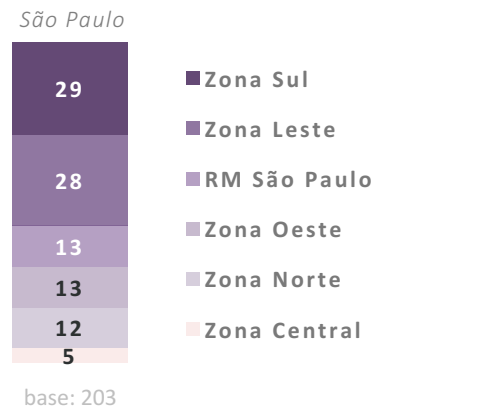
RAÇA



REGIÃO - BRASIL

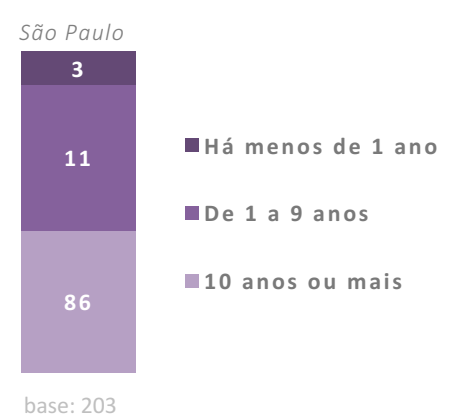


REGIÃO - SÃO PAULO



(Município + RMSP) 12%

TEMPO MORADIA SP



A amostra é **representativa** tanto em relação à população brasileira como da região metropolitana de São Paulo

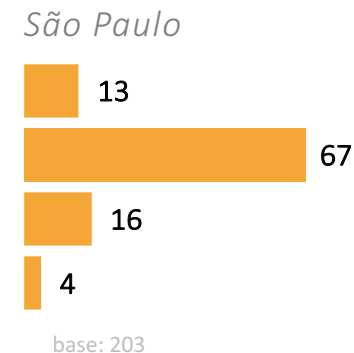
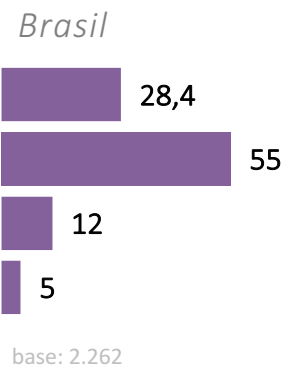
As respostas são **autodeclaradas**.

Demografia da Amostra (estimulada e única, em %)

Estudar é a principal atividade para a grande maioria da população analisada (78%). O restante tem como principal atividade o trabalho, ou está buscando um trabalho.

ESCOLARIDADE

Escola Primária (até 6 anos) + Ensino Fundamental (6-15 anos)
Ensino médio (dos 15 aos 18 anos, aproximadamente)
Cursando Superior + Completo + Superior (sem especificação)
Outros

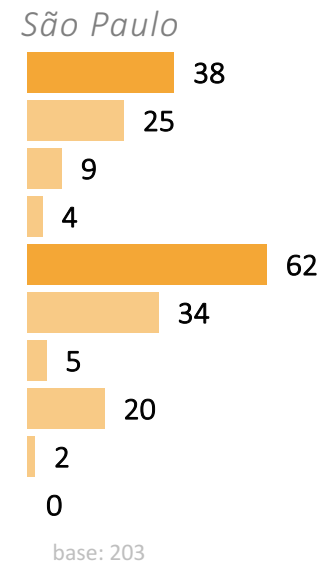
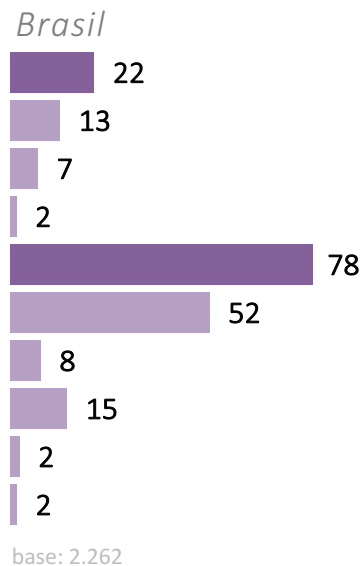


OUTROS BRASIL:

- Pós Graduação - 0,5%
- Curso Técnico - 0,3%
- Mestrado - 0,1%
- Ainda cursando s/esp - 0,3%
- Não respondeu - 3,4%

PRINCIPAL ATIVIDADE ECONÔMICA

TRABALHA
Período Integral
Meio Período
Outros
NÃO TRABALHA
Estudante Escolar
Estudante Universitário
Desempregado, procurando emprego
Desempregado, e não está procurando emprego
Outros



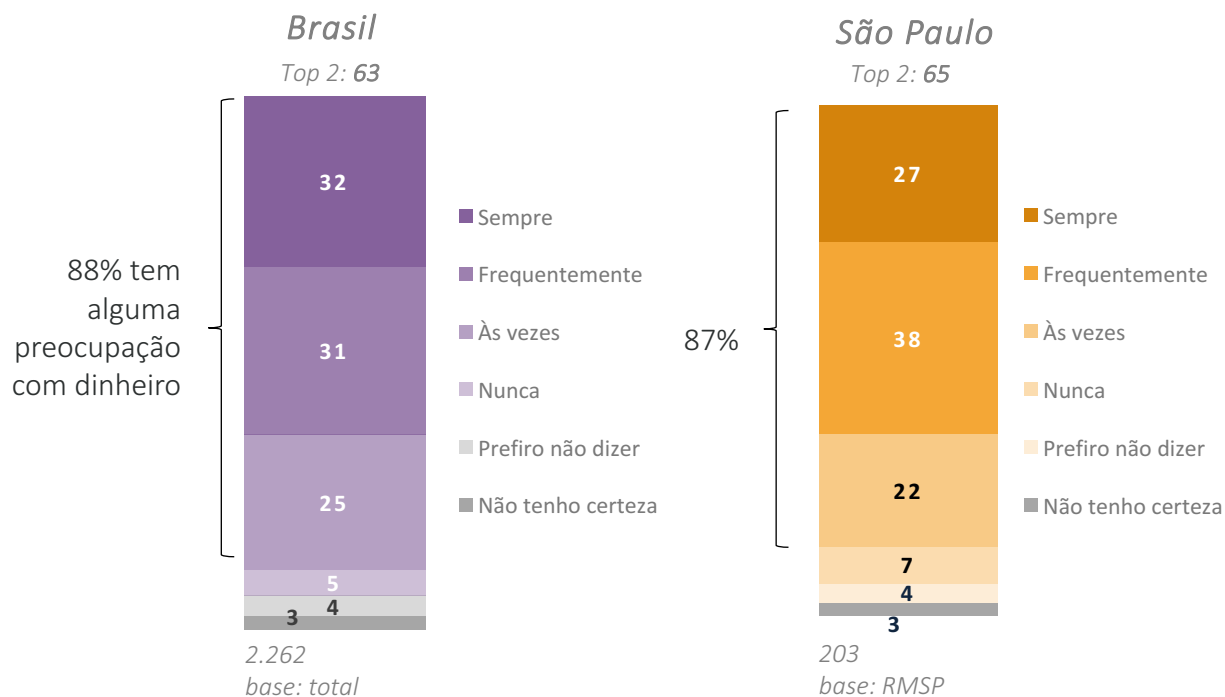


preocupação com finanças
& satisfação com bens
materiais que possui

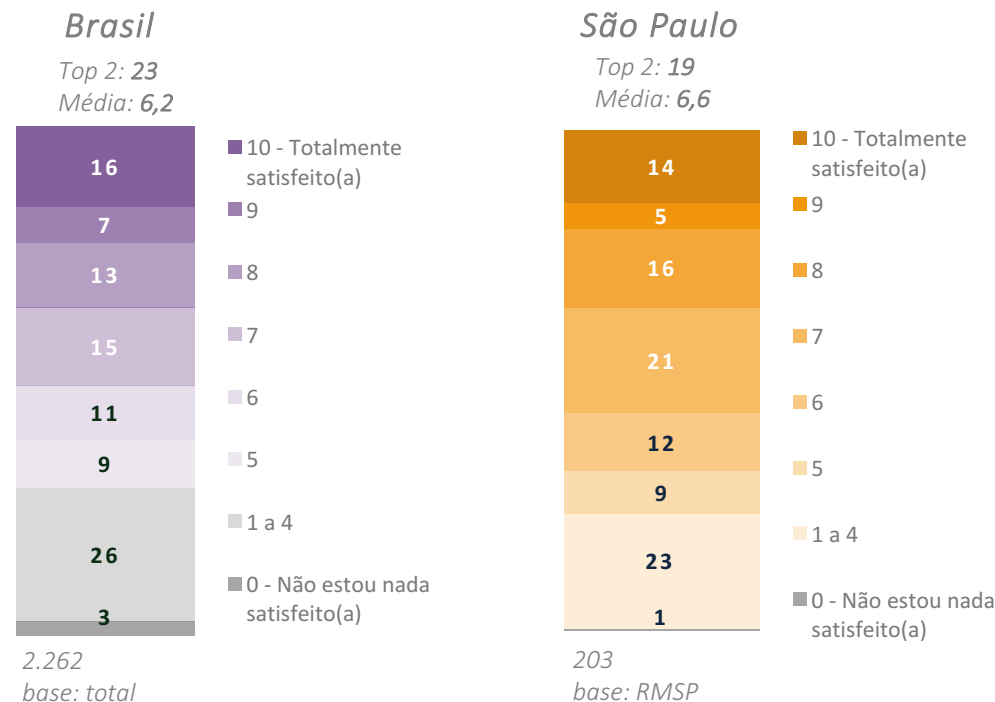
Situação Financeira e Material (estimulada e única, em %)

87% dos paulistanos tem pelo menos alguma preocupação com a quantidade de dinheiro que a família possui
Essa situação se reflete também na satisfação apenas média com os bens materiais que possuem

FREQUÊNCIA com que se preocupa com a quantidade de dinheiro que a família tem



SATISFAÇÃO com bens materiais que possui



Tanto nas capitais Brasileiras como na região metropolitana de São Paulo, cerca de 2 entre cada 3 jovens têm, sempre ou frequentemente, preocupação com o dinheiro da família, apesar de haver uma razoável satisfação com os bens materiais que possuem (média 6,2 a 6,6 em 10). Estes dois fatores juntos significam provavelmente que, em uma estagnação econômica, haverá uma alta probabilidade de redução significativa da demanda por parte desses jovens, com uma possível dificuldade da demanda crescer neste segmento mesmo com estímulos do governo.

diferenças demográficas

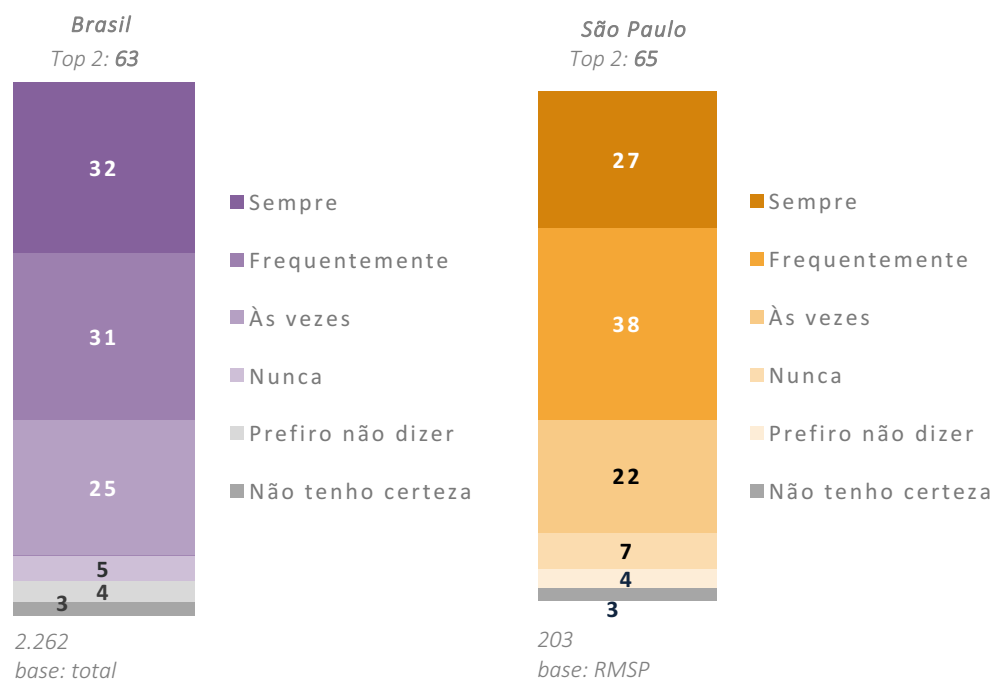
*preocupação
com finanças*

Frequência com que se preocupa com a quantidade de dinheiro da família (estimulada e única, em %)

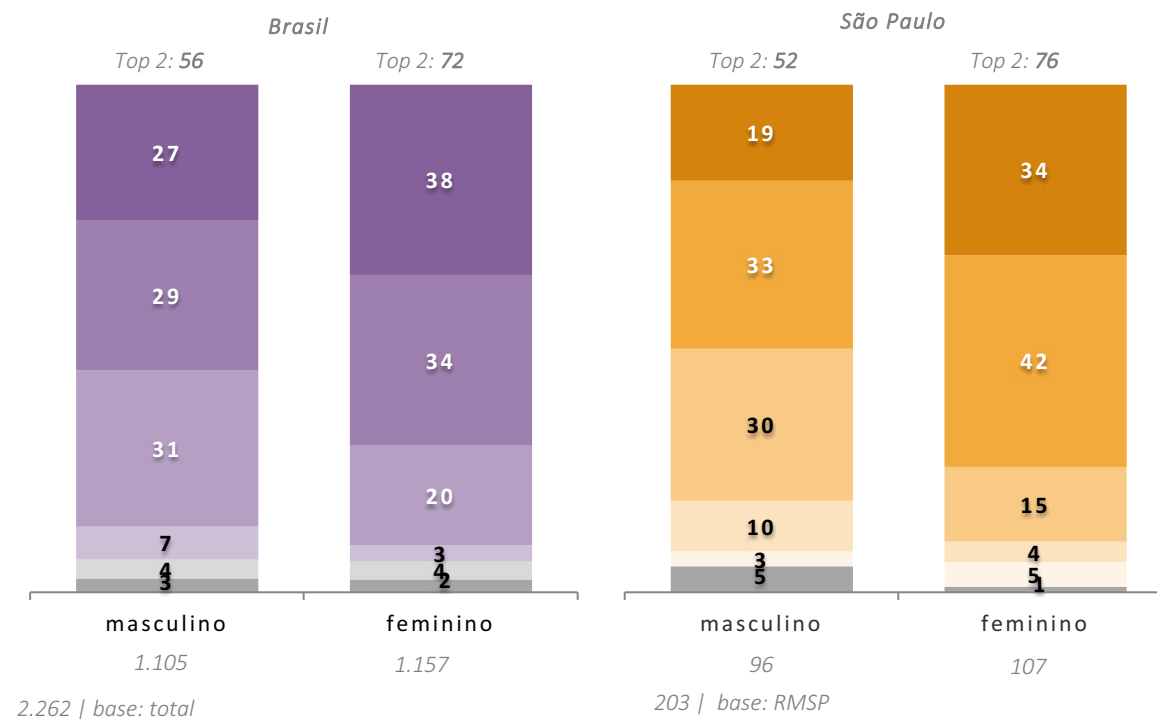
As mulheres se preocupam mais frequentemente com a situação financeira que os homens.

Em média, para cada homem que se preocupa sempre ou frequentemente com dinheiro, há 1,3 mulheres preocupadas.

TOTAL



GÊNERO



Tanto para as capitais Brasileiras como para a região metropolitana de São Paulo, **as mulheres se preocupam mais que os homens com a situação financeira familiar. Isto provavelmente se dá pelo crescimento enorme no número de famílias chefiadas por mulheres***, que praticamente dobrou entre 2001 e 2015, fazendo com que as jovens mulheres adquiram cedo esta preocupação ao ver a preocupação das chefes de suas famílias.

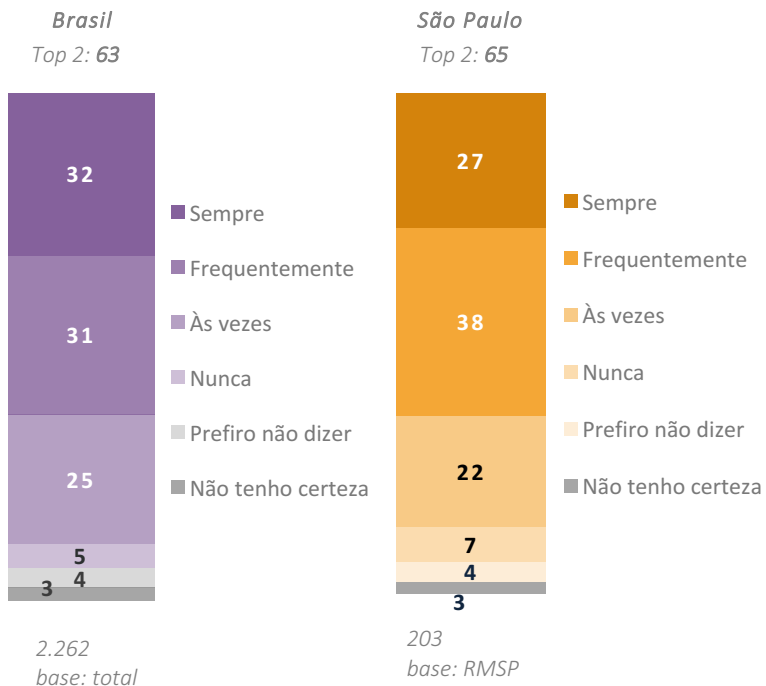
*Número de **famílias chefiadas por mulheres** mais que dobrou: de 14,1 para 28,9 milhões entre 2001 e 2015 ([Época Negócios](#))

Frequência com que se preocupa com a quantidade de dinheiro da família (estimulada e única, em %)

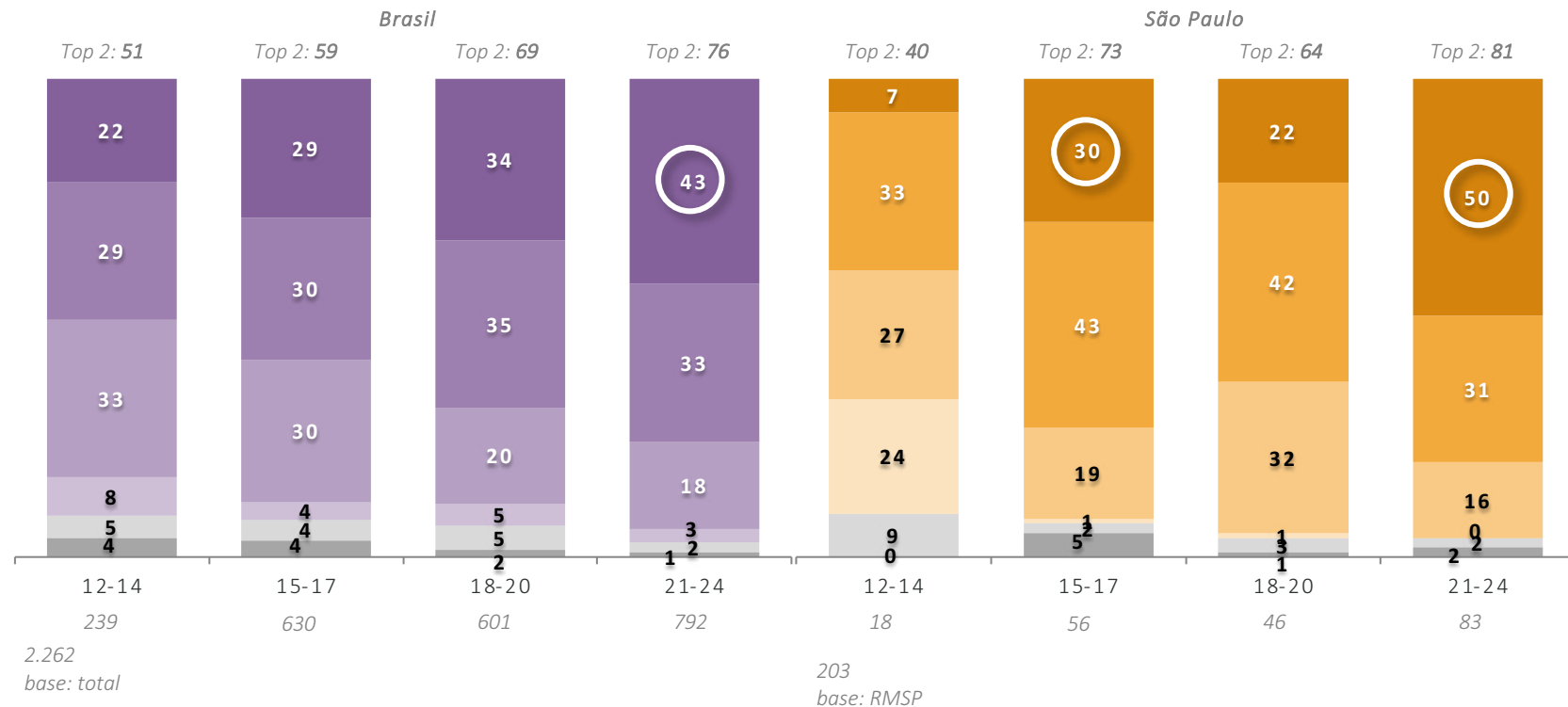
Quanto maior a idade, maior é a preocupação com dinheiro.

Para cada jovem entre 15 e 17 anos que se preocupa com dinheiro, há em média 1,5 jovens entre 21 e 24 anos preocupados.

TOTAL



IDADE



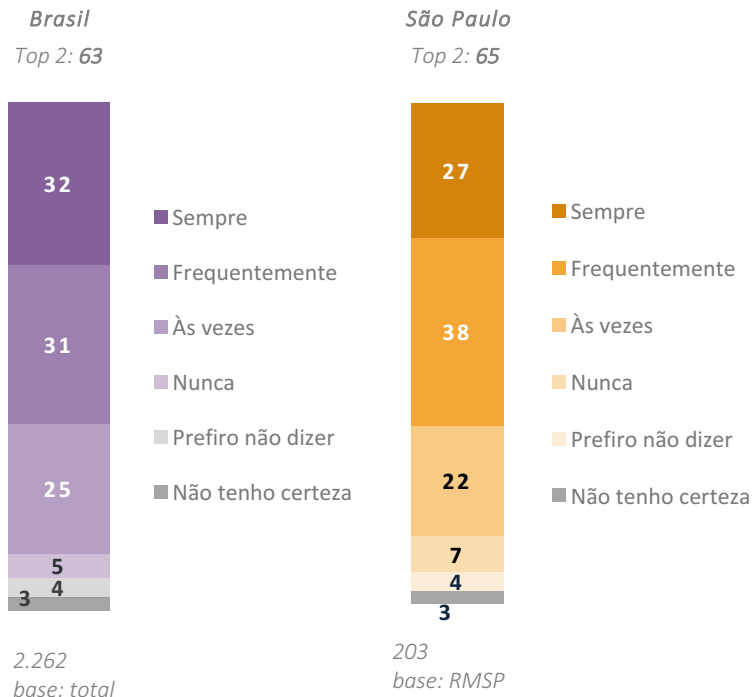
Brasil: mais velhos (18-24) têm maior preocupação com o dinheiro da família, possivelmente porque alguns já ajudam no sustento da casa*. É provável que para os mais velhos haja também maior expectativa de atingir **independência financeira**. **São Paulo: maior preocupação de 21-24 anos** provavelmente porque estão na idade em que **começam a contribuir com o sustento familiar*** e de **15-17 anos**, pois estão no início da vida social e podem sentir falta de uma maior liberdade financeira.

*Oito a cada dez jovens entre 18 e 30 anos contribuem com o sustento da família, sendo que, desse total, **9% tem entre 18 e 24 anos (SPC)**.

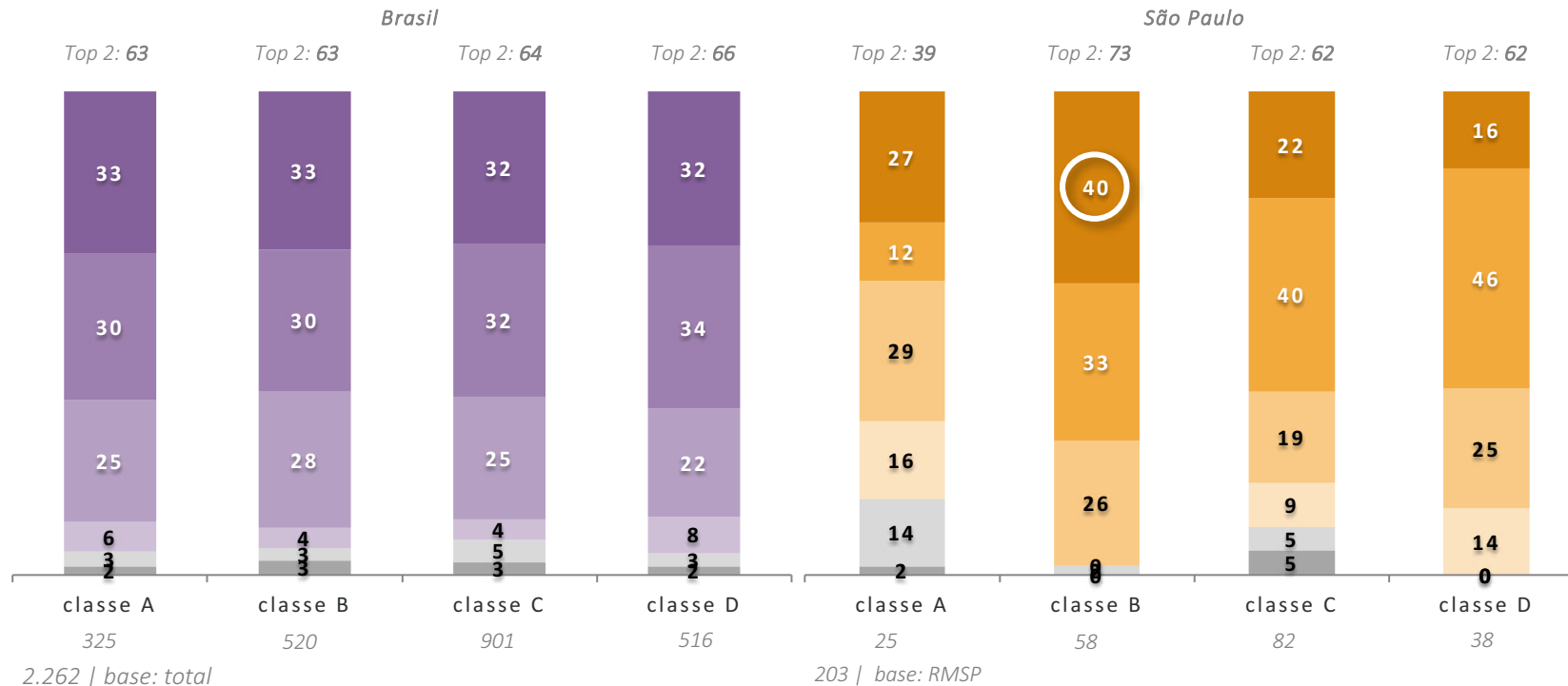
Frequência com que se preocupa com a quantidade de dinheiro da família (estimulada e única, em %)

Aspecto interessante: a preocupação com dinheiro independe da classe social. *Todas as classes apresentam o mesmo nível de preocupação.*

TOTAL



CLASSE SOCIAL



Brasil: preocupação com dinheiro da família é frequente e não está ligada à classe social. Nas classes mais altas, possivelmente reflete um receio de ter que abrir mão do padrão de vida atual e nas classes mais baixas uma insegurança em relação à evolução temporal da renda. **São Paulo:** classe B é a mais preocupada, possivelmente com receio de baixar o padrão de vida, regredindo para a classe C, ao mesmo tempo que há expectativa de subir para classe A. Já nas classes C e D, é frequente a preocupação com dinheiro provavelmente por haver insegurança sobre a evolução na renda.

Frequência com que se preocupa com a quantidade de dinheiro da família (estimulada e única, em %)

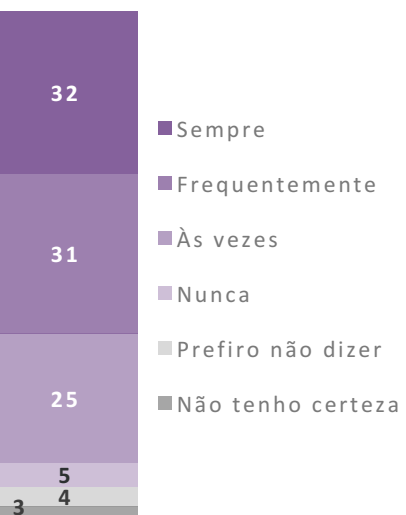


Pessoas de raça branca declaram preocupação mais frequente com dinheiro que as pessoas de raça negra, especialmente em SP.

TOTAL

Brasil

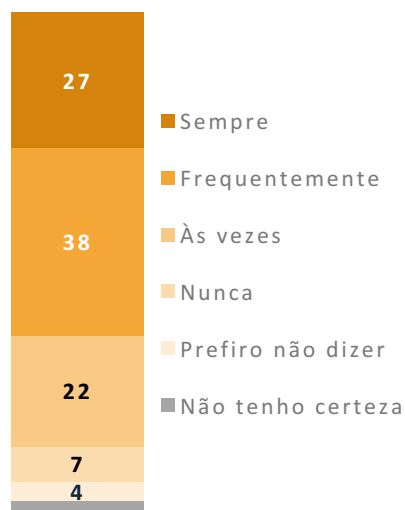
Top 2: 63



2.262
base: total

São Paulo

Top 2: 65



203
base: RMSP

RAÇA

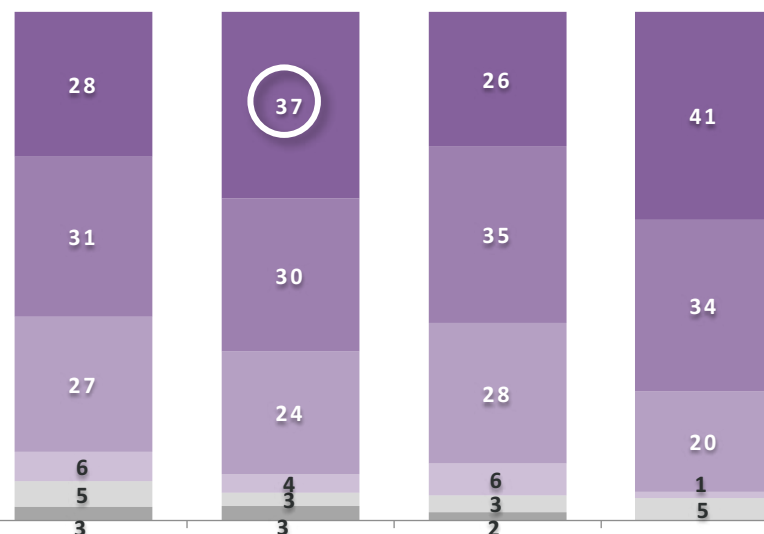
Brasil

Top 2: 59

Top 2: 67

Top 2: 61

Top 2: 75



2.262
base: total

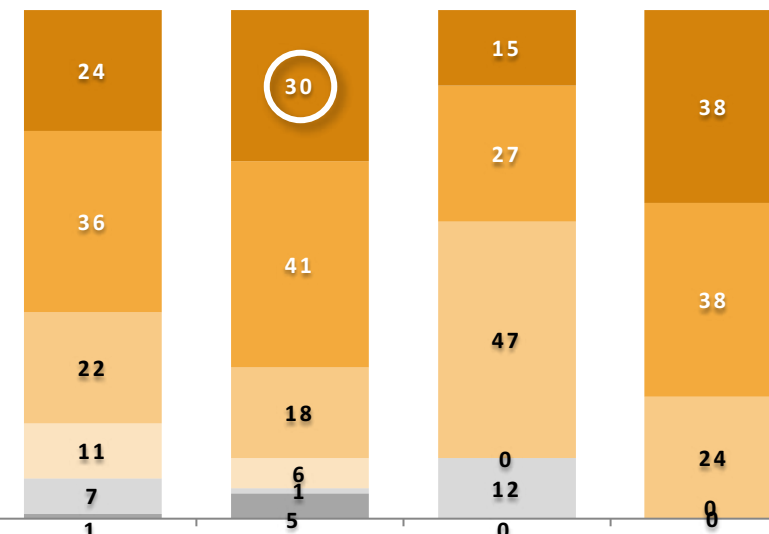
São Paulo

Top 2: 60

Top 2: 71

Top 2: 42

Top 2: 76



203
base: RMSP

Tanto no Brasil como em São Paulo, há uma diferença, mas não tão grande, na frequência de preocupação financeira entre pardos e brancos. Já os negros, se preocupam muito menos. Curiosa essa diferença, visto que os negros têm renda menor que a dos brancos. A razão pode estar nos brancos ligarem mais fortemente suas identidades à posse de bens que os negros*.

*Despesa de famílias brancas (IBGE):

- 28% acima da média nacional
- 89% acima das famílias negras
- 79% acima das famílias pardas

Número de respondentes na categoria "outros" para SP é baixa e, portanto, não foi considerada nesta análise

Frequência com que se preocupa com a quantidade de dinheiro da família (estimulada e única, em %)

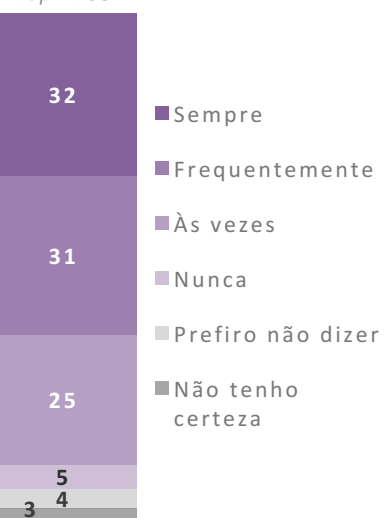


Quanto mais “estudado”, maior é a preocupação com a situação financeira.

TOTAL

Brasil

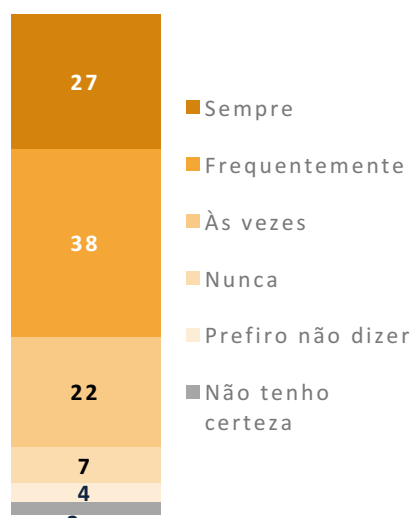
Top 2: 63



2.262
base: total

São Paulo

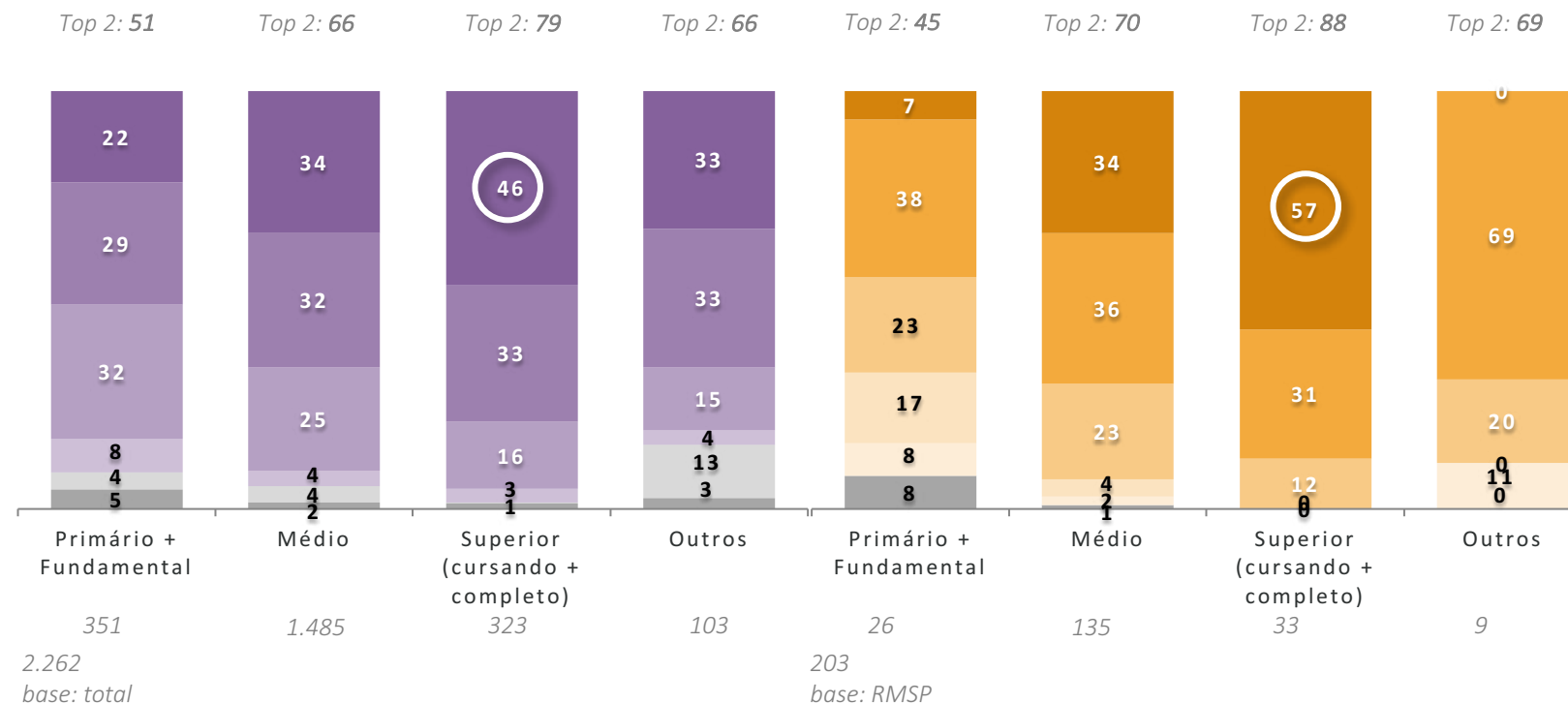
Top 2: 65



203
base: RMSP

ESCOLARIDADE

Brasil



2.262
base: total

203
base: RMSP

Há uma preocupação frequente com dinheiro nos jovens de ensino superior. Possivelmente pela dificuldade de pagar pelo ensino superior privado, que oferece o maior número de vagas. Se não for capaz de pagar, o jovem deixa a universidade e terá maior a dificuldade de conseguir emprego*. O fato de muitas famílias terem dificuldade para manter filhos na escola e na universidade nas classes de menor poder aquisitivo também causa maior preocupação do jovem com a renda familiar.

*Quanto menor a escolaridade, maior a dificuldade de conseguir emprego. Novas vagas ocupadas de janeiro a maio de 2017 (Agência Brasil):

- Ensino Superior: 84,65 mil
- Ensino Médio: 43,1 mil

Número de respondentes na categoria “outros” para SP é baixa e, portanto, não foi considerada nesta análise

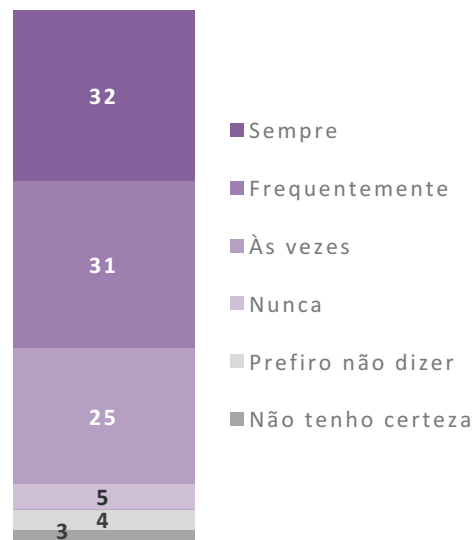
Frequência com que se preocupa com o dinheiro da família (estimulada e única, em %)

Seria de esperar que, entre os desempregados, a preocupação com dinheiro fosse maior. Mas a frequência de preocupação entre os desempregados e os que trabalham é a mesma.

TOTAL

Brasil

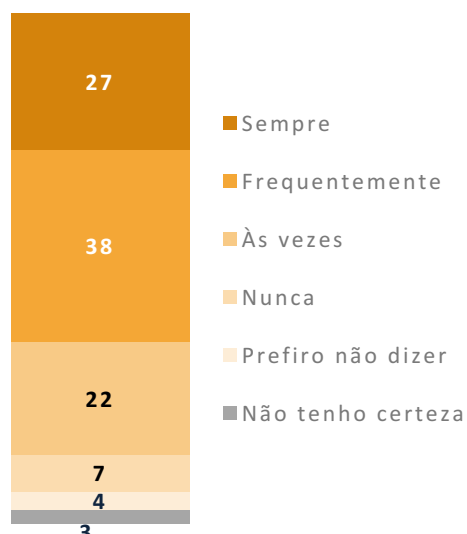
Top 2: 63



2.262
base: total

São Paulo

Top 2: 65

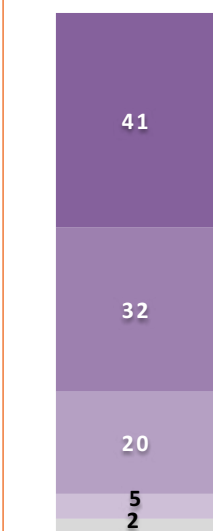


203
base: RMSP

ATIVIDADE PRINCIPAL

Brasil

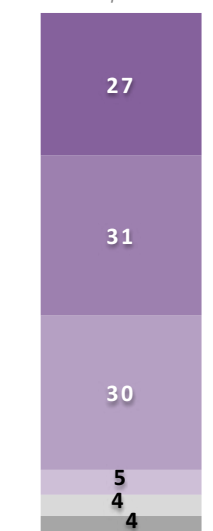
Top 2: 73



Trabalha
650
2.262
base: total

Estuda

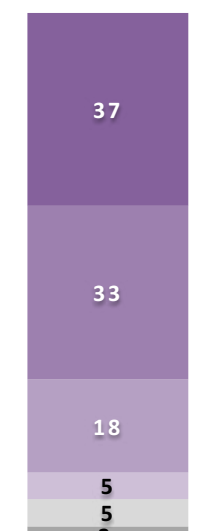
Top 2: 58



Estuda
1.112

Não trabalha

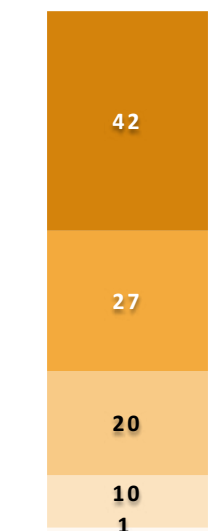
Top 2: 70



Não trabalha
500

São Paulo

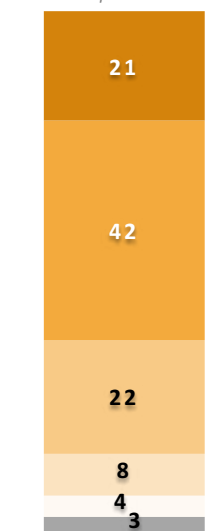
Top 2: 69



Trabalha
78
203
base: RMSP

Estuda

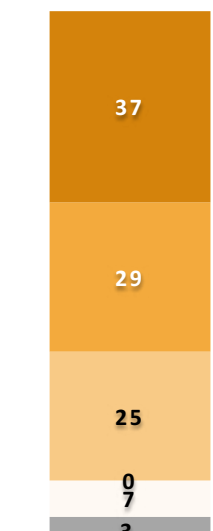
Top 2: 63



Estuda
79

Não trabalha

Top 2: 66



Não trabalha
46

A provável explicação para **não haver diferença significativa de frequência na preocupação com dinheiro** é que os que trabalham se preocupam pois há sempre a possibilidade de perderem o emprego e os que não trabalham se preocupam porque estão em busca de um emprego. Quem estuda se preocupa um pouco menos, mas também se preocupa, pois, ainda que não enfrente o mercado de trabalho, convive com a preocupação da família para bancar o jovem na escola.

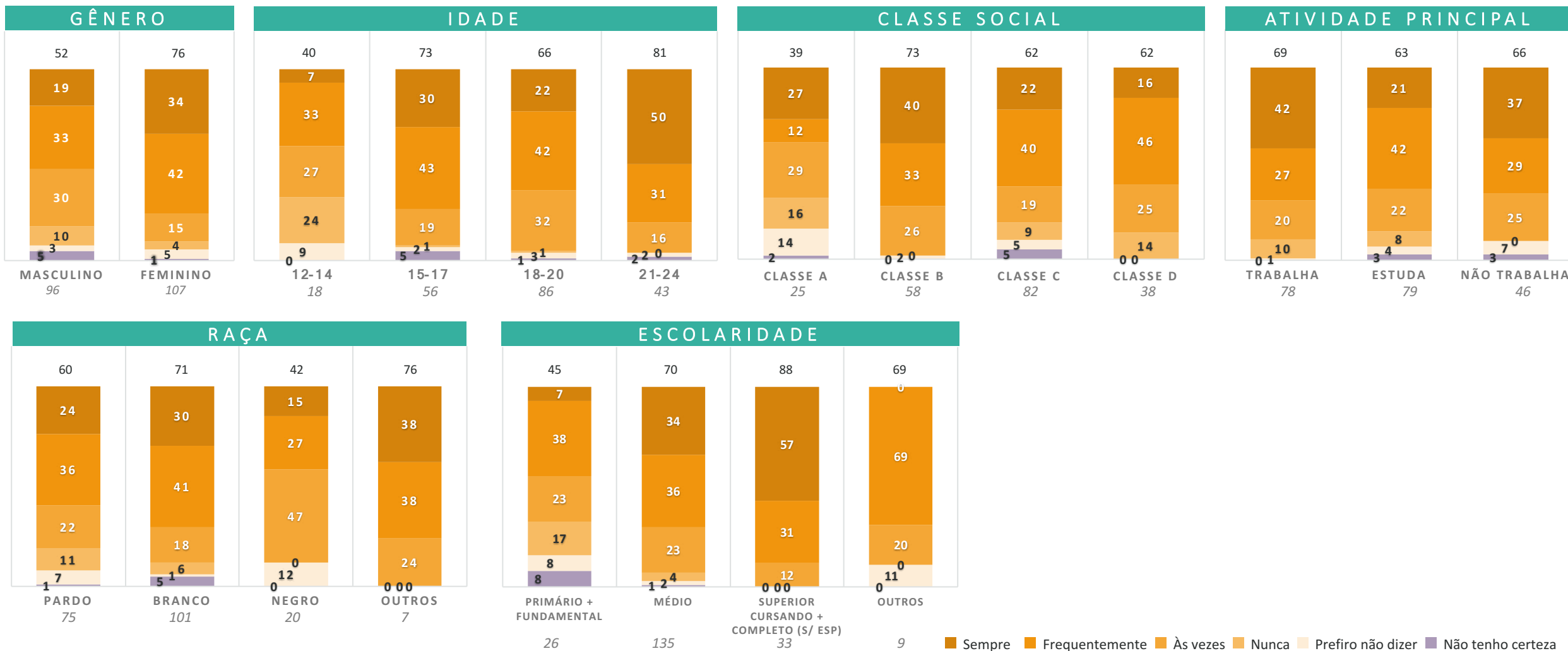
Frequência com que se preocupa com a quantidade de dinheiro da família

BRASIL (estimulada e única, em %)



Frequência com que se preocupa com a quantidade de dinheiro da família

SÃO PAULO (estimulada e única, em %)



diferenças demográficas

*satisfação com bens
materiais que possui*

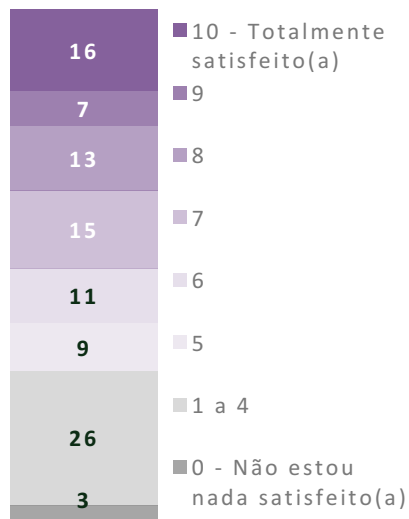
Satisfação com bens materiais que possui (estimulada e única, em %)

Cerca de 2/3 dos jovens Brasileiros dizem estar insatisfeitos com os bens que possuem e 24% dos jovens de SP se dizem muito insatisfeitos. E as mulheres, em geral, estão menos satisfeitas que os homens com os bens que possuem.

TOTAL

Brasil

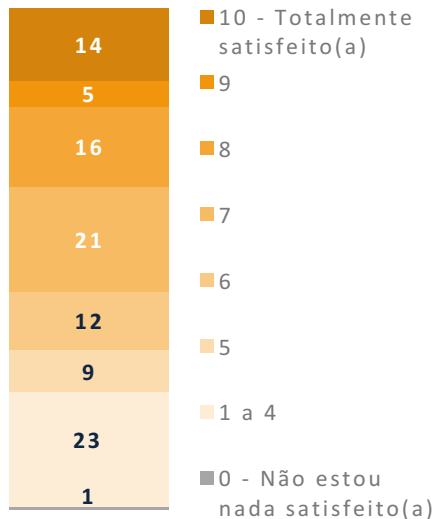
Top 2: 23
Média: 6,2



2.262
base: total

São Paulo

Top 2: 19
Média: 6,6



203
base: RMSP

GÊNERO

Brasil

Top 2: 28
Média: 6,5



2.262
base: total

São Paulo

Top 2: 31
Média: 7,1



203
base: RMSP

* Mulheres responsáveis pelas compras em 96% das casas brasileiras. **Motivadores de compra relacionados com preço:**

- Boa relação qualidade/preço (74,2%)
- Baixo preço (63,7%)
- Frequência de boas promoções (32,6%)

48% optam por uma marca mais barata para reduzir gastos mensais (Nielsen).

Possivelmente, os homens são muito mais satisfeitos com os bens que possuem porque as mulheres são responsáveis pelas compras*, sabendo o que a casa precisa e se frustrando frente à variedade inacessível. Essa diferença é ainda maior em São Paulo. Uma possível explicação é que São Paulo lidera o ranking de violência doméstica contra a mulher e o feminicídio (Câmara dos Deputados) e esses crimes, entre outras razões, são motivados por uma crença masculina de que as mulheres devem ser as únicas responsáveis pelas tarefas domésticas, o que deve trazer uma insatisfação adicional (Dossiê Violência Contra as Mulheres)

Satisfação com bens materiais que possui (estimulada e única, em %)



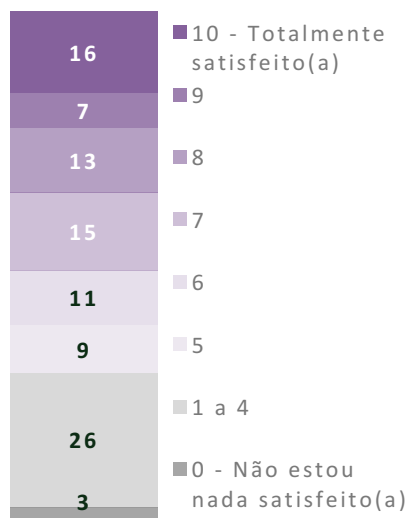
Quanto maior é a idade dos jovens, maior é a insatisfação com os bens que possuem.

Enquanto 14% dos jovens paulistanos entre 12 e 14 anos estão muito insatisfeitos, esse percentual sobe para 33% dentre os que têm entre 21 e 24 anos.

TOTAL

Brasil

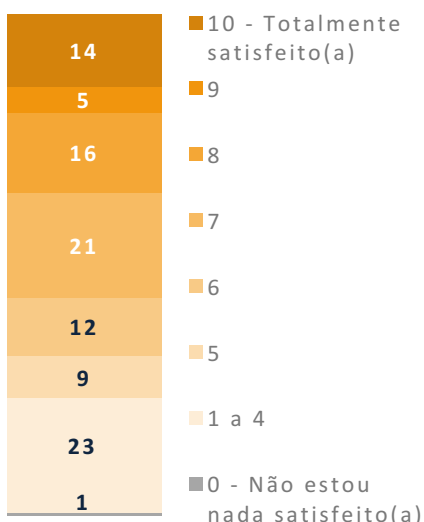
Top 2: 23
Média: 6,2



2.262
base: total

São Paulo

Top 2: 19
Média: 6,6



203
base: RMSP

IDADE

Brasil

Top 2: 31
Média: 7,1

Top 2: 24
Média: 6,1

Top 2: 21
Média: 5,9

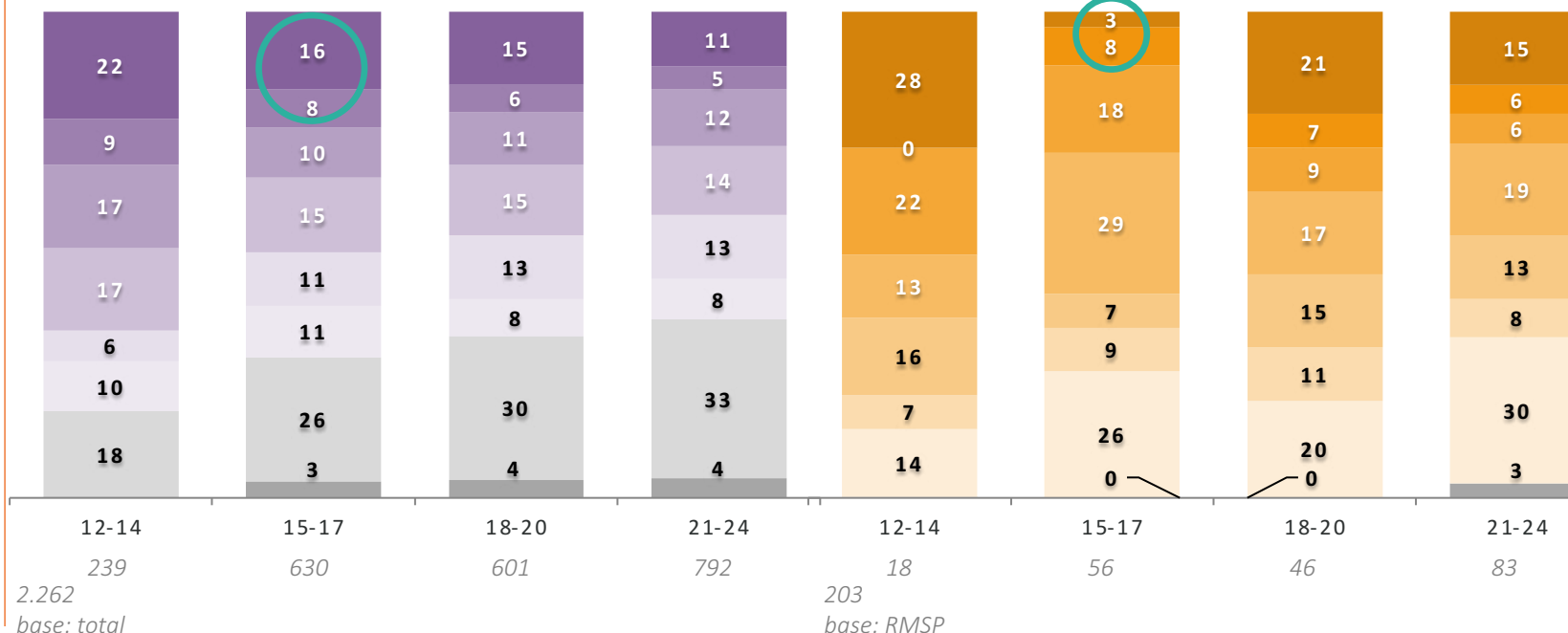
Top 2: 16
Média: 5,6

Top 2: 28
Média: 7,3

Top 2: 11
Média: 6,3

Top 2: 28
Média: 6,7

Top 2: 22
Média: 6,0



2.262
base: total

203
base: RMSP

Mais velhos começam a ter o próprio dinheiro e, ficando mais expostos a compras, tem maior probabilidade de ver frustradas suas expectativas frente à variedade de produtos. Comparados aos Brasileiros, os **jovens de SP (15-17) são menos satisfeitos**, possivelmente porque a região Sudeste (onde fica SP) é a 2ª com maior índice de jovens usuários de internet (94%), faixa etária mais influenciada por conteúdos online (CETIC).

Embora em outra faixa etária, o desejo de **'fazer parte'**, a ansiedade e a **comparação com os outros** nas redes sociais (muito presente na vida de 45% dos millenials – faixa de 25 a 40 anos – Valor) aumenta as **compras por impulso para satisfação momentânea** e não no longo prazo (Dinheirama)

Satisfação com bens materiais que possui (estimulada e única, em %)



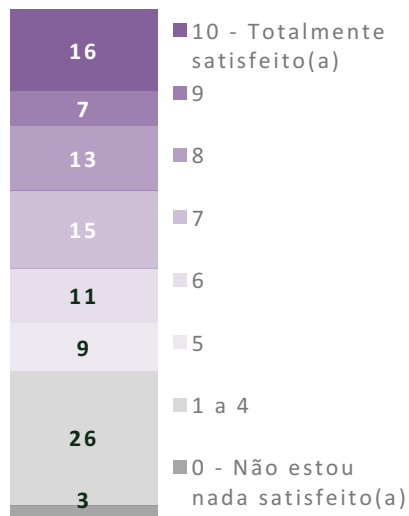
Classe social mais alta não significa maior satisfação com os bens materiais que possui.

Muito pelo contrário: vemos que na classe B e na classe D, há mais super satisfeitos (que deram nota 10 para a satisfação), que na classe A.

TOTAL

Brasil

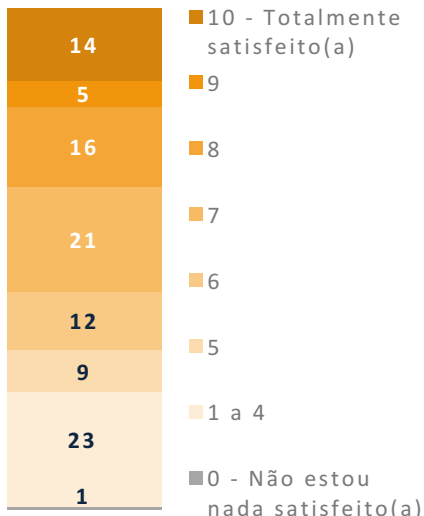
Top 2: 23
Média: 6,2



2.262
base: total

São Paulo

Top 2: 19
Média: 6,6



203
base: RMSP

CLASSE SOCIAL

Brasil

Top 2: 16
Média: 5,7

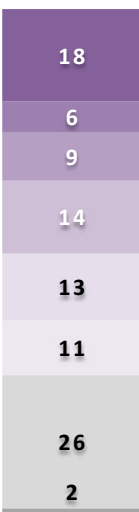
Top 2: 24
Média: 6,2

Top 2: 21
Média: 6,2

Top 2: 24
Média: 6,1



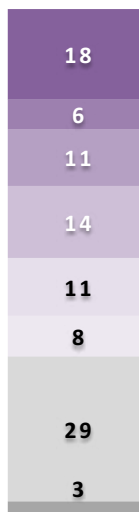
classe A
325
2.262
base: total



classe B
520



classe C
901



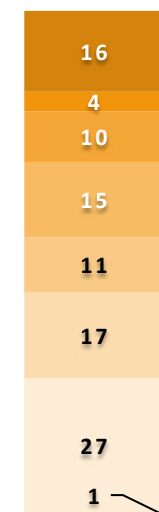
classe D
516

Top 2: 22
Média: 6,2



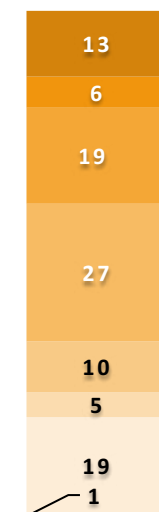
classe A
25
203
base: RMSP

Top 2: 20
Média: 6,3



classe B
58

Top 2: 19
Média: 6,8



classe C
82

Top 2: 20
Média: 6,4



classe D
38

© 2020 Instituto Akatu | Todos os dir

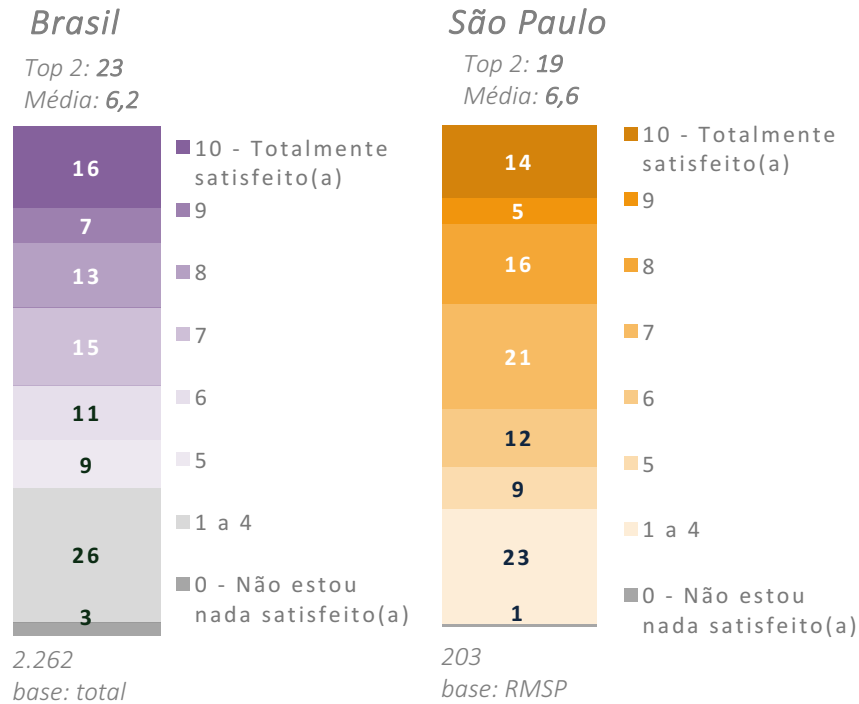
Quanto maior o poder aquisitivo, maior a capacidade de acessar maior variedade de produtos, criando indecisão na escolha e possível frustração de expectativas. O oposto ocorre na classe D, onde o padrão de vida é mais simples e não há grande expectativa de evolução na renda.

Satisfação com bens materiais que possui (estimulada e única, em %)

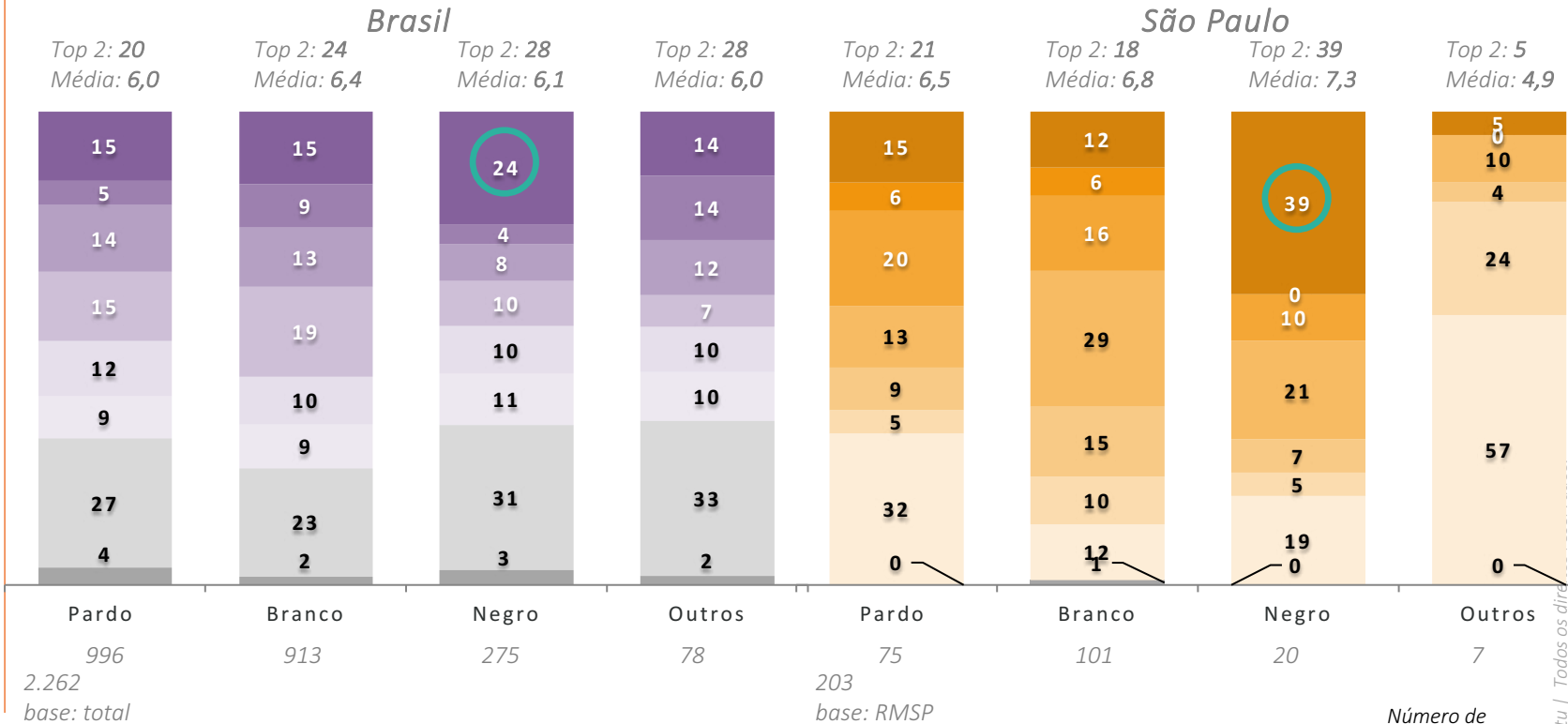


Negros declaram estar mais satisfeitos que brancos e pardos em relação aos bens materiais que possuem. É dentre os negros que encontramos o maior percentual de “super satisfeitos”.

TOTAL



RAÇA



Satisfação com bens apresenta diferenças por raça, possivelmente ligadas ao poder aquisitivo e à importância dos bens possuídos na definição da própria identidade*, no que os brancos são possivelmente mais influenciados que os negros e os pardos. Ressalte-se que entre os negros está o maior percentual de totalmente satisfeitos (39%).

*Mercado consumidor em São Paulo é majoritariamente branco, assim como a sua publicidade, 78% representada por brancos (Folha SP).

Número de respondentes na categoria "outros" para SP é baixa e, portanto, não foi considerada nesta análise

Satisfação com bens materiais que possui (estimulada e única, em %)

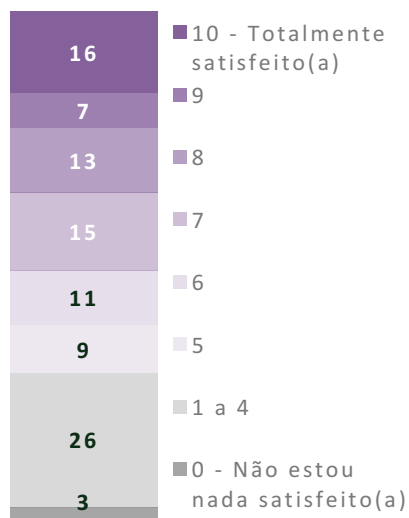


Quanto mais “estudado”, maior é a insatisfação do jovem com os bens materiais. *Entre os jovens de SP, o percentual dos que têm ou estão cursando curso superior e se dizem satisfeitos com o que possuem é mais do que dobro de outras categorias*

TOTAL

Brasil

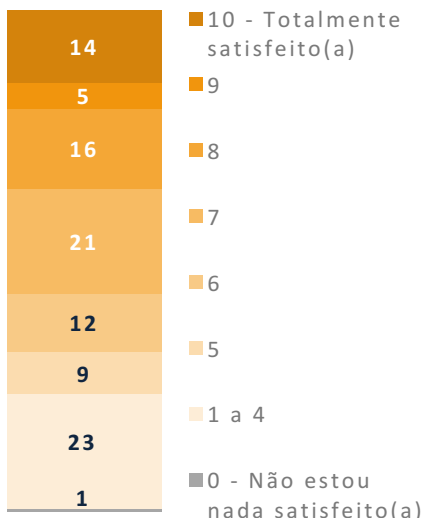
Top 2: 23
Média: 6,2



2.262
base: total

São Paulo

Top 2: 19
Média: 6,6



203
base: RMSP

ESCOLARIDADE

Brasil

Top 2: 29
Média: 6,7

Top 2: 22
Média: 6,0

Top 2: 16
Média: 5,8

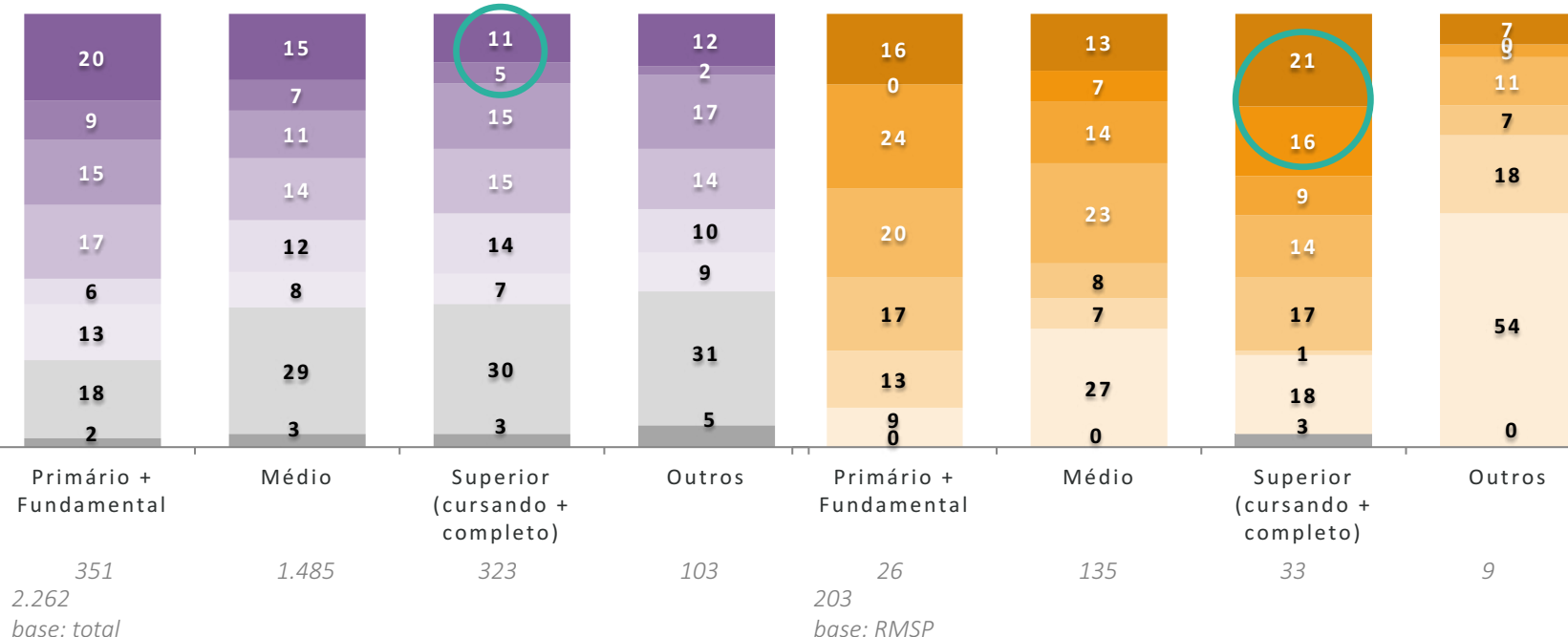
Top 2: 14
Média: 5,8

Top 2: 16
Média: 7,0

Top 2: 20
Média: 6,4

Top 2: 37
Média: 7,0

Top 2: 7
Média: 5,1



Brasil: jovens que têm ou cursam o curso superior têm expectativa de maior remuneração e de acesso ao consumo, o que possivelmente leva tempo para ocorrer, causando insatisfação com os bens possuídos. Já para os jovens de escolaridade mais baixa, a expectativa é mais baixa, com menor insatisfação. **São Paulo:** maior satisfação com bens entre os jovens com maior nível de escolaridade, o que possivelmente decorre das maiores e melhores oportunidades profissionais oferecidas para os graduados (IBGE)

Número de respondentes na categoria “outros” para SP é baixa e, portanto, não foi considerada nesta análise

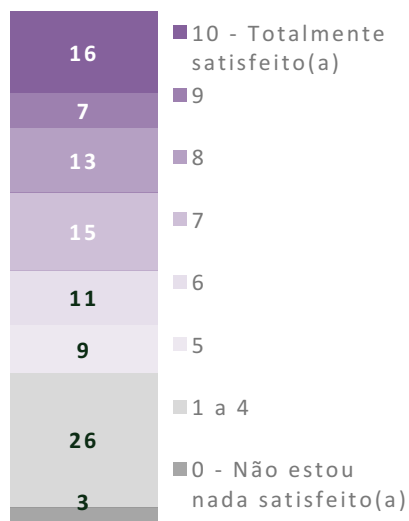
Satisfação com bens materiais que possui (estimulada e única, em %)

O grau de satisfação com os bens materiais é muito pouco maior em São Paulo entre os que trabalham, mas não no Brasil, onde a satisfação entre os que trabalham e os que não trabalham é equivalente.

TOTAL

Brasil

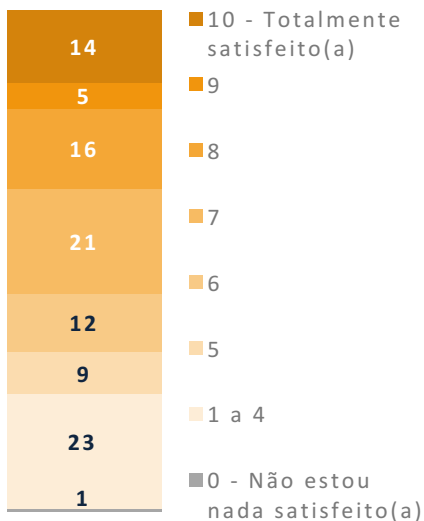
Top 2: 23
Média: 6,2



2.262
base: total

São Paulo

Top 2: 19
Média: 6,6



203
base: RMSP

ATIVIDADE PRINCIPAL

Brasil

Top 2: 24
Média: 6,3

Top 2: 21
Média: 6,2

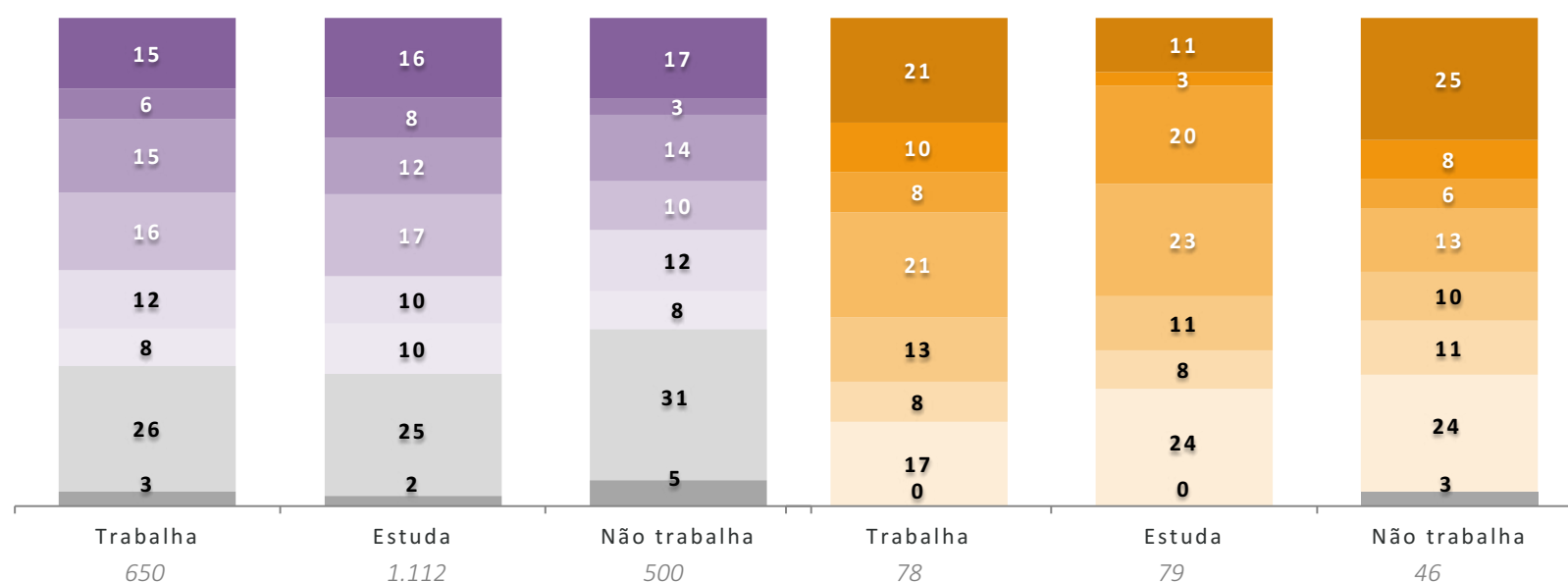
Top 2: 20
Média: 5,8

Top 2: 31
Média: 6,9

São Paulo

Top 2: 14
Média: 6,5

Top 2: 33
Média: 6,4



2.262
base: total

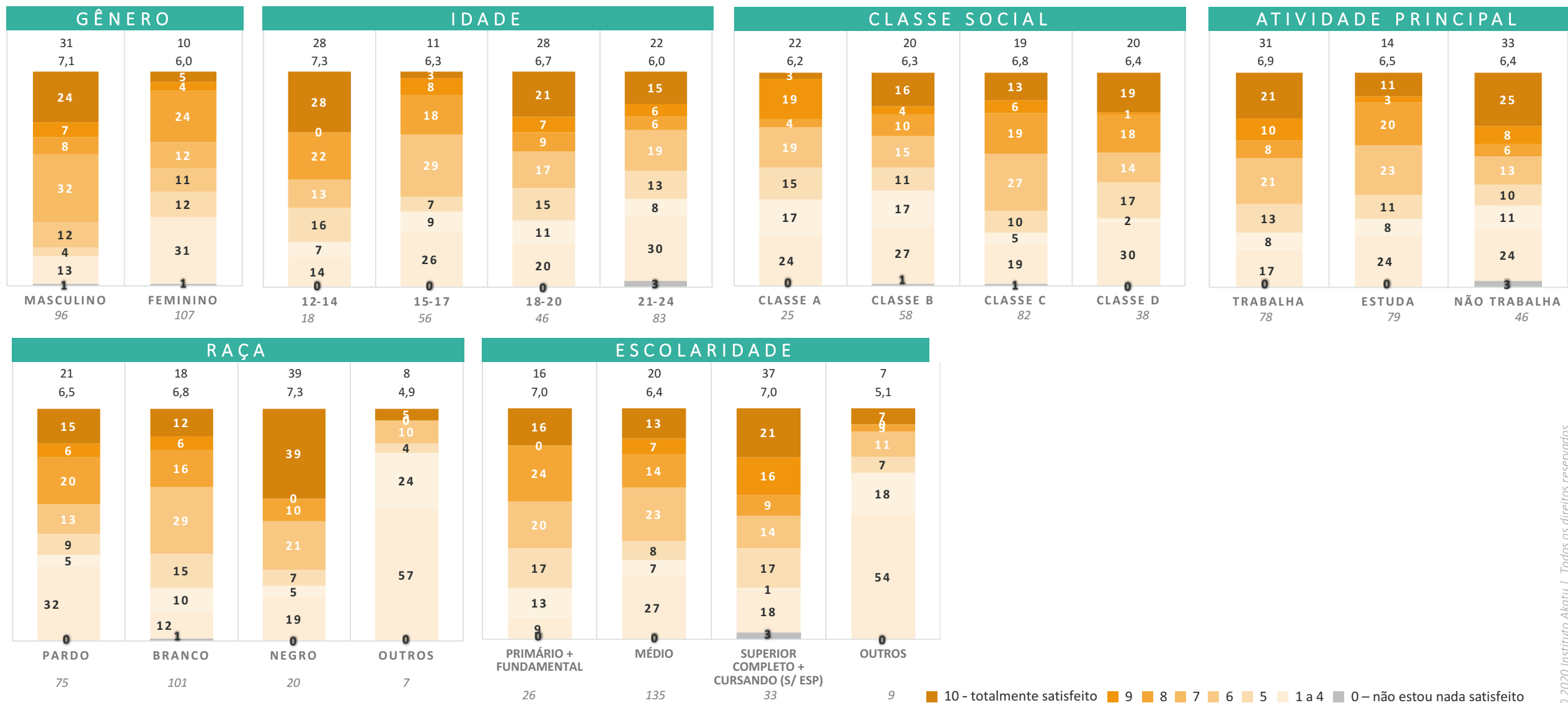
203
base: RMSP

No Brasil, mesmo para o jovem que trabalha, a satisfação com os bens que possui não é mais alta do que para os que não trabalham, provavelmente refletindo o baixo nível geral de renda dos trabalhadores. Em São Paulo, as oportunidades de trabalho são maiores e melhores, mas a satisfação média dos jovens com o que possuem não é muito maior, possivelmente em função do baixo poder aquisitivo dos jovens em geral, que diminui as possibilidades de compra de bens.

Satisfação com bens materiais que possui (estimulada e única, em %)



Satisfação com bens materiais que possui (estimulada e única, em %)



seção 2

sobre meu bem-estar

viver bem

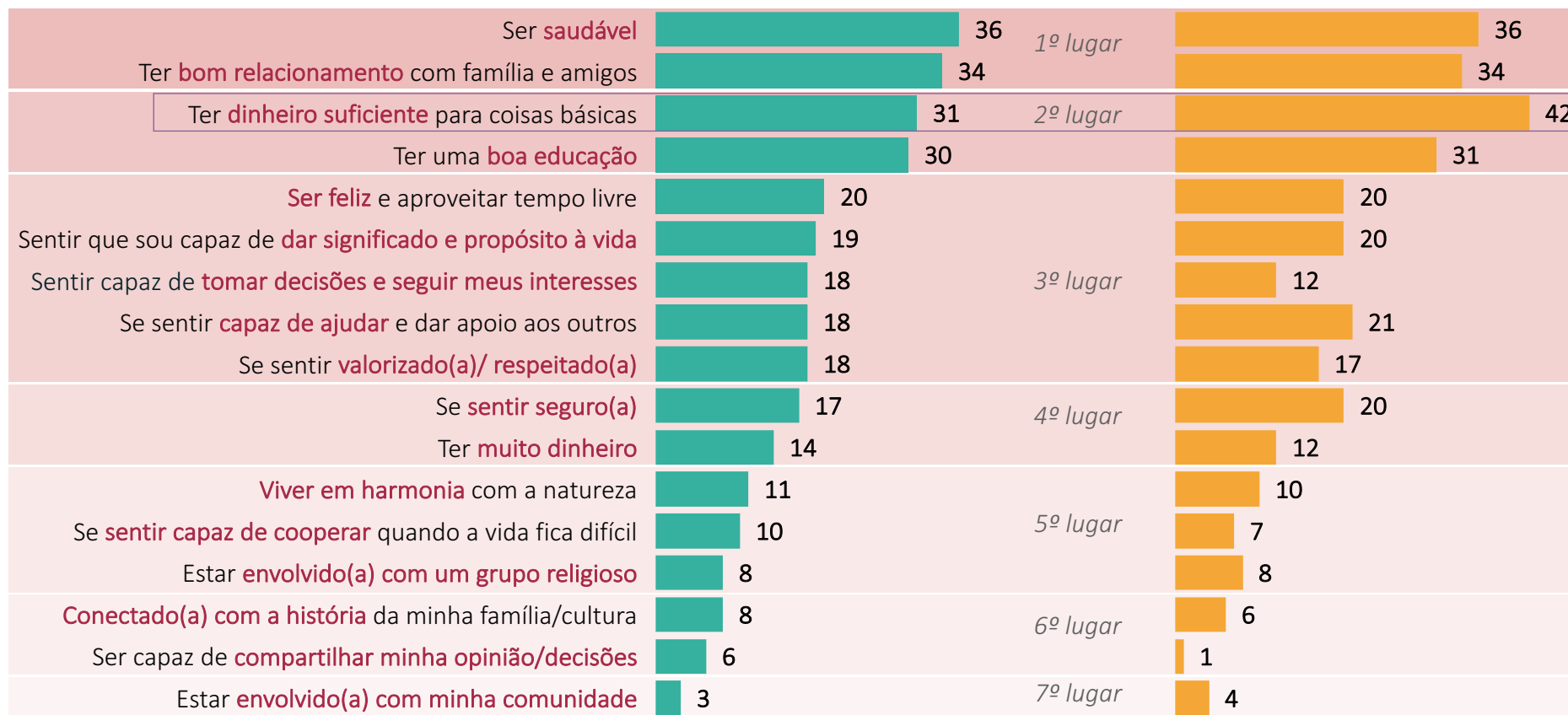
O que é “viver bem”? – ranking 1º lugar (estimulada e única, em %)

Os mesmos fatores fundamentais para o Brasil e para SP: ser saudável, relacionar-se bem, ter dinheiro suficiente para coisas básicas e ter uma boa educação. *Aspectos menos citados são envolver-se com a comunidade, conectar-se com a história da família e sentir-se capaz de compartilhar decisões.*

MAIS IMPORTANTE (top 3)

Brasil

São Paulo



base: total da amostra 2.262

base: RMSP 203

O que é importante se contrapõe ao oferecido: **há preocupação em ser saudável, mas Brasil e SP oferecem** poluição do ar e maior consumo de ultraprocessados*, além dos **pais acharem que não dedicam tempo suficiente à família** (prejudicando a relação)** | Em SP: ter dinheiro para as coisas básicas é o fator mais importante, o que pode decorrer da **cidade ter o custo de vida mais alto do país** e ser a 9ª cidade mais cara para se viver no mundo ([Diário da Região](#)).

*Em 2015, o material particulado lançado na atmosfera ajudou a matar 11.200 pessoas no estado de SP ([Intercept](#)).
*Consumo de ultraprocessados cresceu +50% na América Latina (2000-2013) e Brasil ocupa 34ª posição mundial na venda per capita de ultraprocessados ([USP](#)).

**58,3% dos pais acha que não passa tempo suficiente com sua família ([Catho](#)).



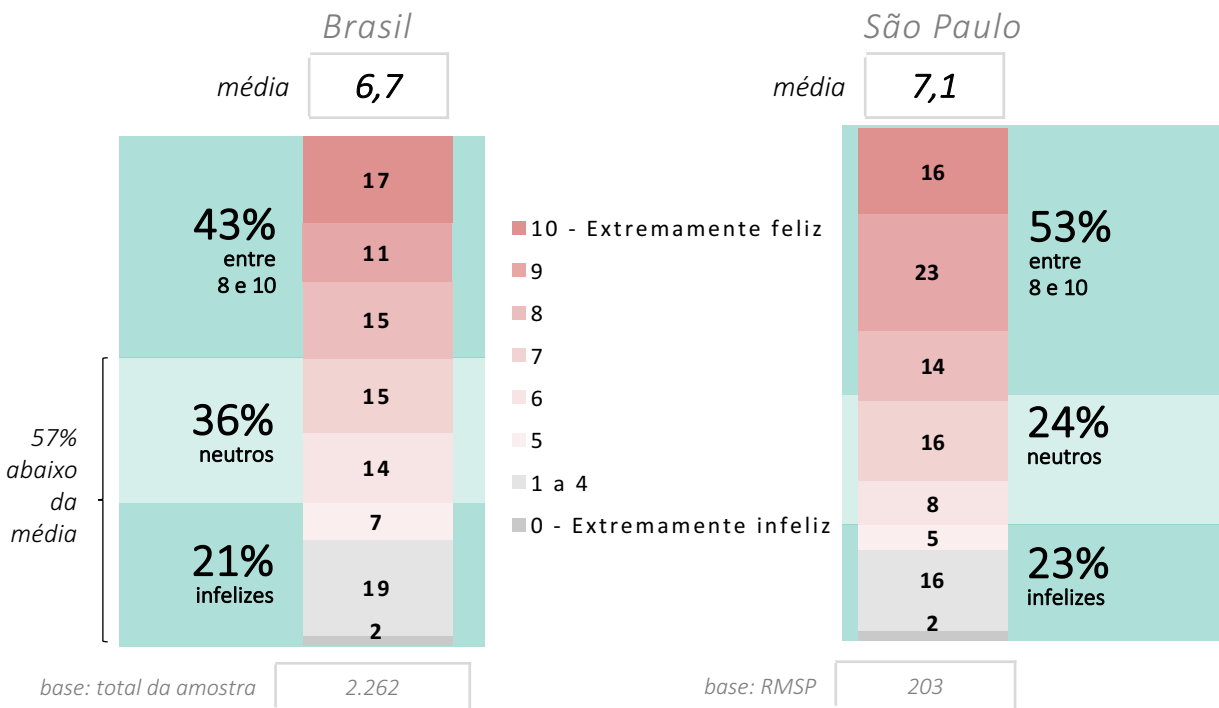
GOOD
VIBES
ONLY

níveis de felicidade
satisfação com a vida
positividade com a vida

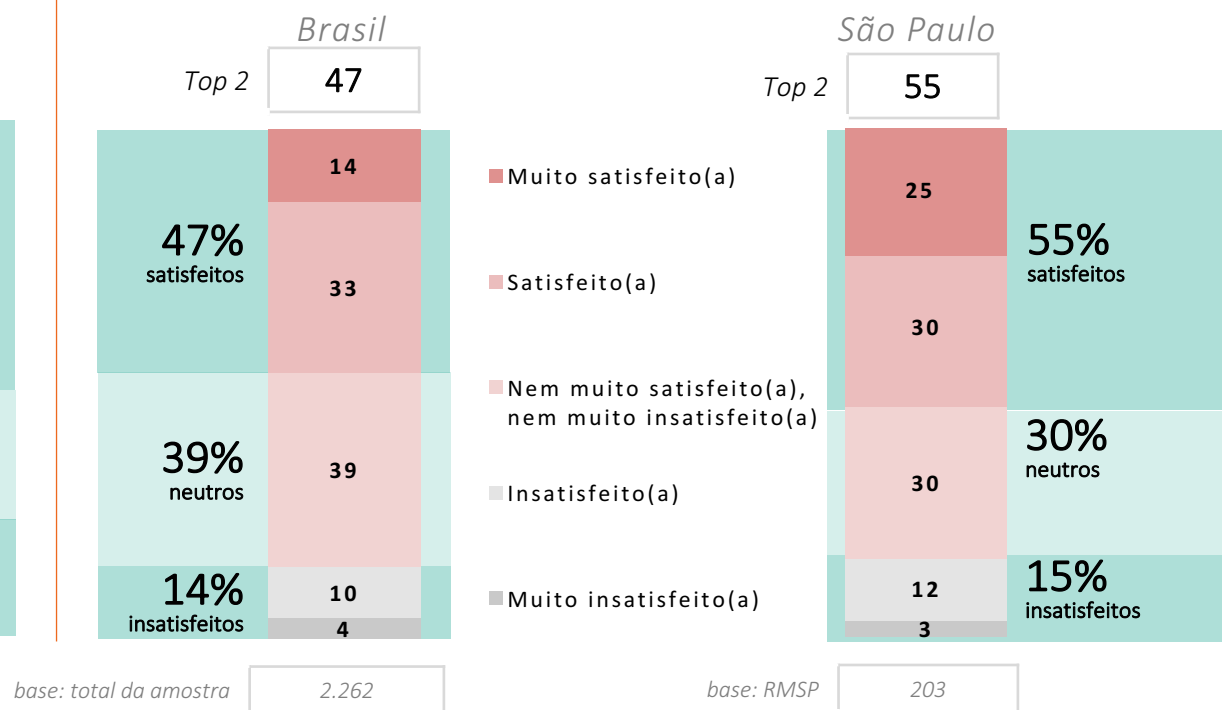
Níveis de felicidade e satisfação com a vida (estimulada e única, em %)

Embora os jovens, em média, relatem um nível de felicidade entre mediano e alto, menos da metade dos jovens no Brasil se considera feliz e satisfeito, enquanto que em SP um pouco mais da metade se consideram assim. *No Brasil, mais do que infelicidade e insatisfação, uma grande parcela de jovens demonstra apatia e neutralidade. Em SP, uma parcela um pouco menor.*

Nível de FELICIDADE



Nível de SATISFAÇÃO COM A VIDA

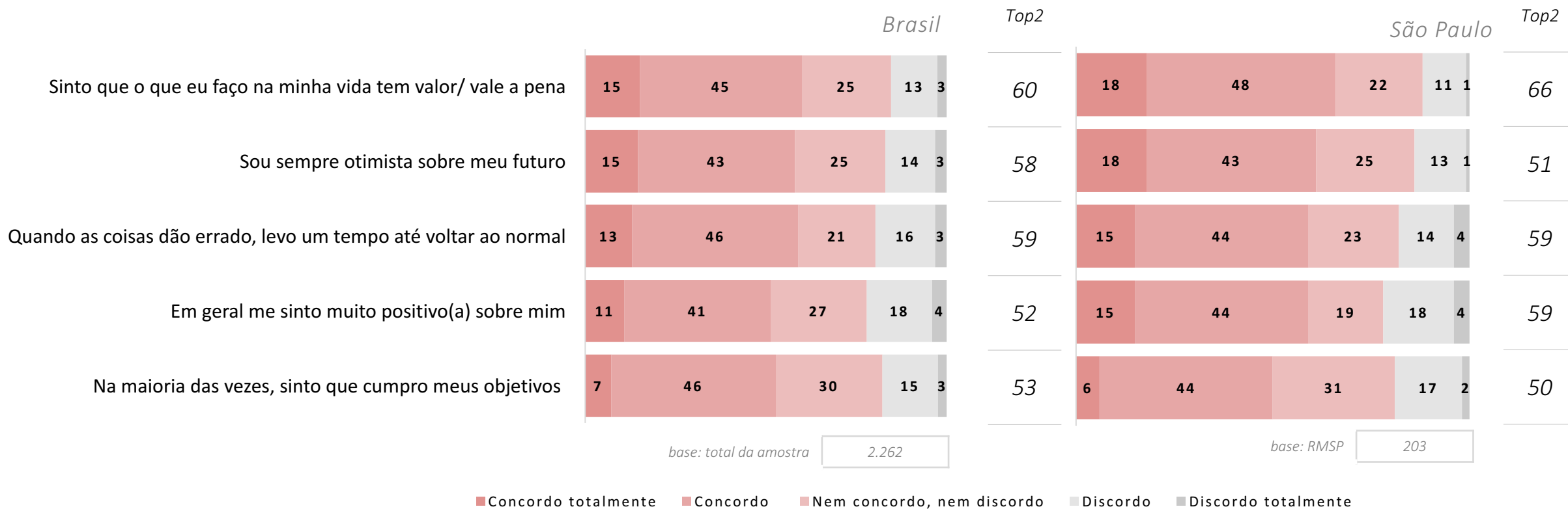


Quadro preocupante em SP: 47% dos jovens se dizem neutros ou infelizes com a vida e 45% se dizem neutros ou insatisfeitos com a vida. Apatia? Vida “morna”? Inesperado em jovens. No Brasil é ainda pior, com 57% se dizendo neutros ou infelizes e 53% se dizendo neutros ou insatisfeitos. Jovens com depressão e alta taxa de suicídio* são reflexo disso. As prováveis causas estão na pressão e influência negativa de amigos e contatos nas redes sociais, forçando competição acirrada**.

* Suicídio é a 2ª maior causa global de morte 15-29 anos: 79% ocorrem em países de baixa/média (OPAS). No Brasil, a taxa de suicídio entre 10-19 anos cresceu 24% nas grandes cidades de 2006 a 2015 (Exame) e é o país mais depressivo da América Latina: 5,8% da população sofre com a doença (USP).
 ** Universidade de Michigan (2013): uso do Facebook prevê declínio no bem-estar subjetivo de jovens; apesar da ferramenta oferecer recurso para satisfazer a conexão social, ao invés de melhorar o bem-estar, o solapa (El País).

Positividade com a vida (estimulada e única, em %)

Pequena a diferença entre os jovens no Brasil e em SP. Mais de 50% tem uma visão positiva sobre a vida. No entanto, mais de 40% não tem. *A postura não é negativa, mas parece faltar empolgação, o que seria esperado dessa faixa etária.*



A forma como o jovem se vê na sociedade **depende de otimismo, resiliência, autoestima e do modo de formar sua perspectiva em relação ao futuro**. O Brasil como um todo, e SP não é exceção, vem oferecendo um cenário político, econômico e ambiental que tende a levar à frustração e a uma certa desesperança. Adicionalmente, os jovens parecem se sentir pouco valorizados em sua perspectiva sobre a sociedade*.

* “A juventude brasileira **não é encarada como um sujeito de direitos**, não sendo foco de políticas públicas que garantam acesso a educação com qualidade e oportunidades de trabalho. Além disso, **não levam o jovem como interlocutor capaz de emitir opiniões e interferir nas propostas**, desestimulando a participação da juventude e o seu protagonismo” (Vitor Otoni, Diretor da Secretaria Nacional de Juventude).



pensando na semana passada:

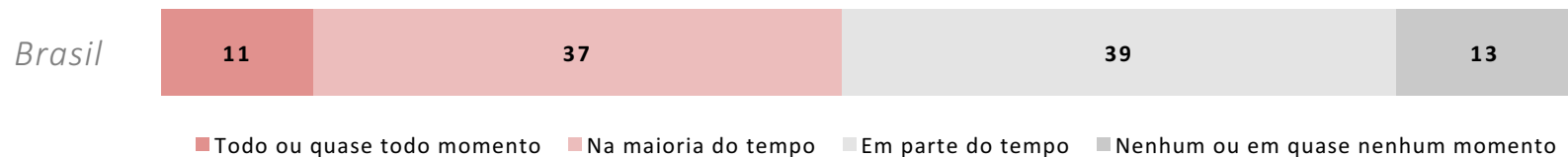
- *frequência que sentiu energia para fazer as coisas*
- *frequência que se sentiu tranquilo(a) e calmo(a)*

Pensando na semana passada... (estimulada e única, em %)

Pouco mais de 50% dos jovens sentem energia na maior parte do tempo, mas menos de 45% se sente calmo e tranquilo frequentemente.

frequência que sentiu **ENERGIA** para fazer as coisas

base: total da amostra 2.262



frequência que se sentiu **TRANQUILO(A) E CALMO(A)**

base: total da amostra 2.262




Considerada a faixa etária, pouco mais de 50% se sentem com energia a todo ou a maior parte do tempo demonstra **certa apatia, possivelmente influenciando em positividade não tão alta, como se viu anteriormente** (Slide 30).

Possivelmente, este quadro tem a ver com uma **sobrecarga de atividades, especialmente nos mais velhos*** e na **competição com outros jovens mencionada anteriormente** (Slide 29).

* Os jovens estão sobrecarregados:

- 98% dos brasileiros sentem-se cansados; desses, 64% têm entre 20 e 29 anos ([Ibope](#)).
- Os motivos para esse cansaço envolvem o fato de que **o jovem executa muitas atividades ao mesmo tempo**, ao lado da pressão por sucesso acadêmico e êxito profissional, do excesso de informações recebidas online, e da comparação em relação aos amigos ([EBC](#)).

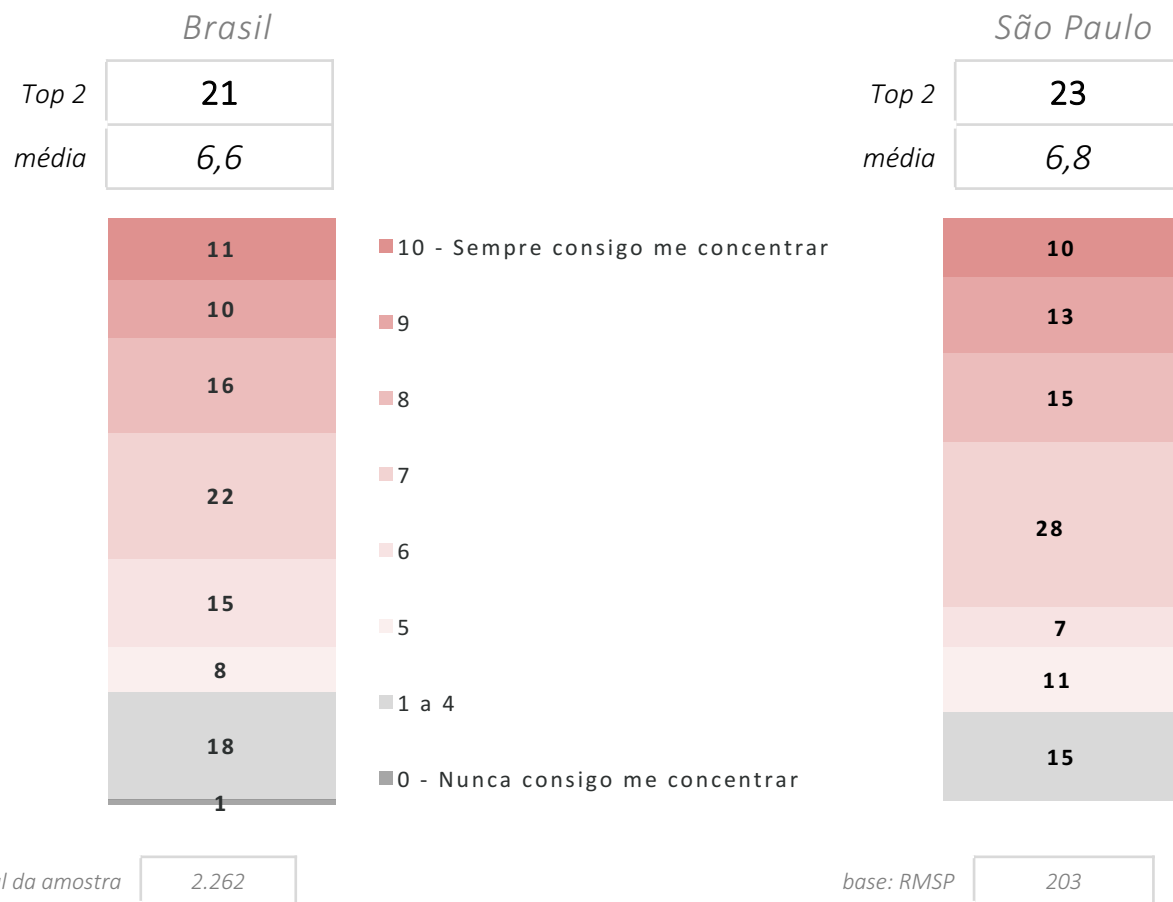
A woman with glasses is balancing a tall stack of wooden blocks on a red background. The stack is composed of several layers of rectangular wooden blocks, some stacked horizontally and some vertically. The woman is looking intently at the stack, with her hands near the base. The background is a solid, vibrant red color.

nota para concentração
no que está fazendo

Concentração no que está fazendo (estimulada e única, em %)

A média de concentração é de quase 7 em uma escala de 10 pontos.

20% (1 em 5) dos jovens concentram-se muito no que fazem. E 20% declara nunca conseguir se concentrar ou concentrar-se muito pouco.



Tanto no Brasil como em SP, ainda que o mundo digital, provavelmente, prejudique a concentração, com o **jovem recebendo muitos estímulos e informações** de muitos canais sobre muitos assuntos diferentes e de muitas maneiras diferentes, com uma grande fragmentação dos canais digitais*, mesmo assim os jovens conseguem se manter razoavelmente concentrados.

* “O adolescente está exposto a uma quantidade tão grande de informação que pode acabar se **atrapalhando**. Ele sofre uma pressão da mídia por um desempenho social, físico, psicológico, social, sexual e cognitivo”.

(Dr. Ricardo Becker Feijó, chefe da unidade de adolescentes do Hospital de Clínicas da UFRGS)



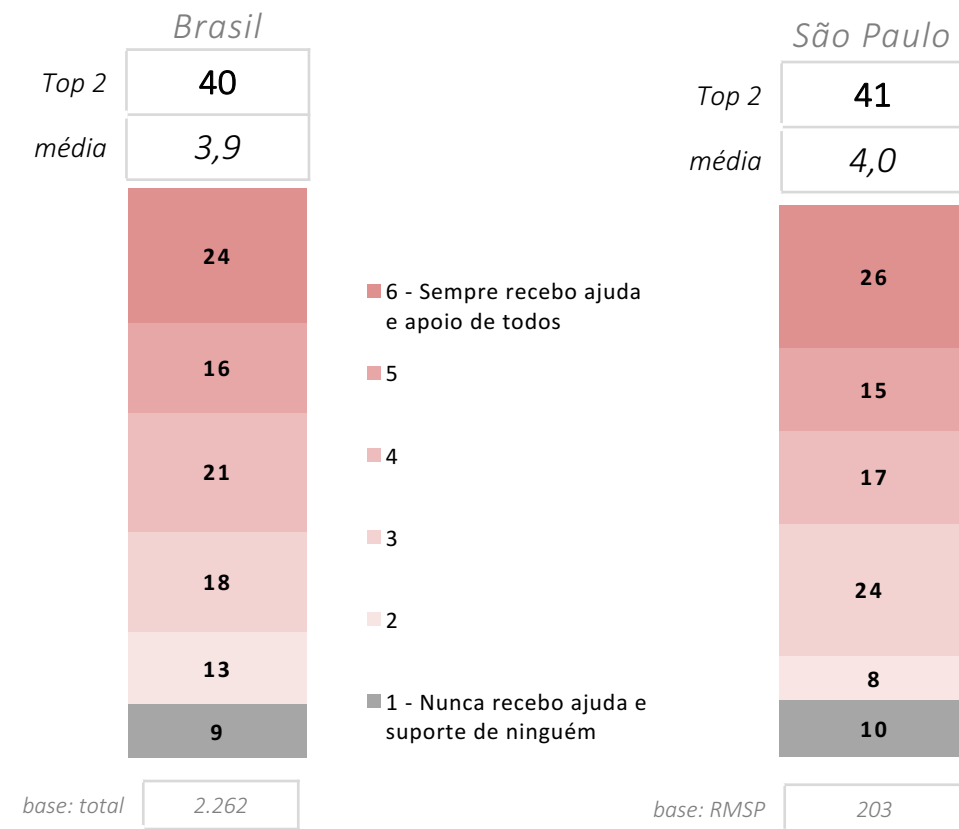
até que ponto você:

- *recebe apoio quando precisa*
- *dá apoio a quem precisa*

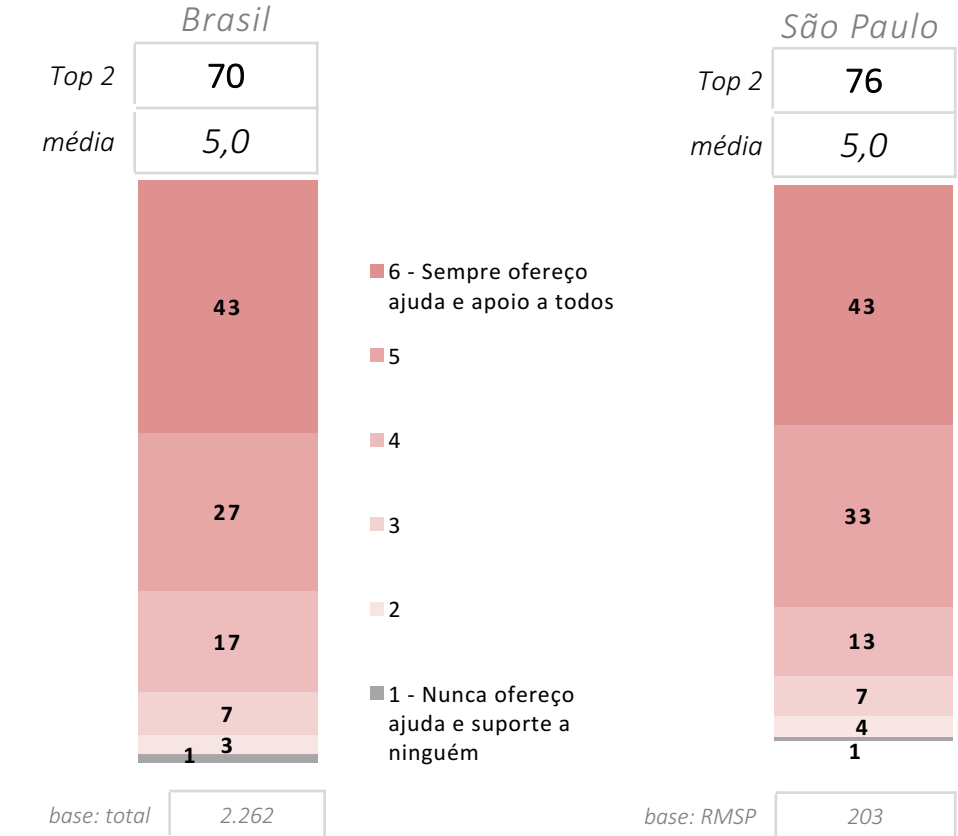
Até que ponto você... (estimulada e única, em %)

Para os jovens entrevistados, a percepção é de que é mais frequente dar apoio do que receber quando precisam. 76% dos jovens oferece ajuda frequente, versus 41% que a recebe na mesma frequência.

RECEBE APOIO quando precisa



DÁ APOIO a quem precisa



Tanto no Brasil como em SP, a percepção dos jovens é de não receber apoio na mesma proporção que dá apoio a quem precisa. Provavelmente, essa percepção vem de **não receber atenção dos pais** como gostariam*. **Nas classes mais altas, há uma “terceirização” dos cuidados com os jovens**, contribuindo para percepção de falta de apoio**

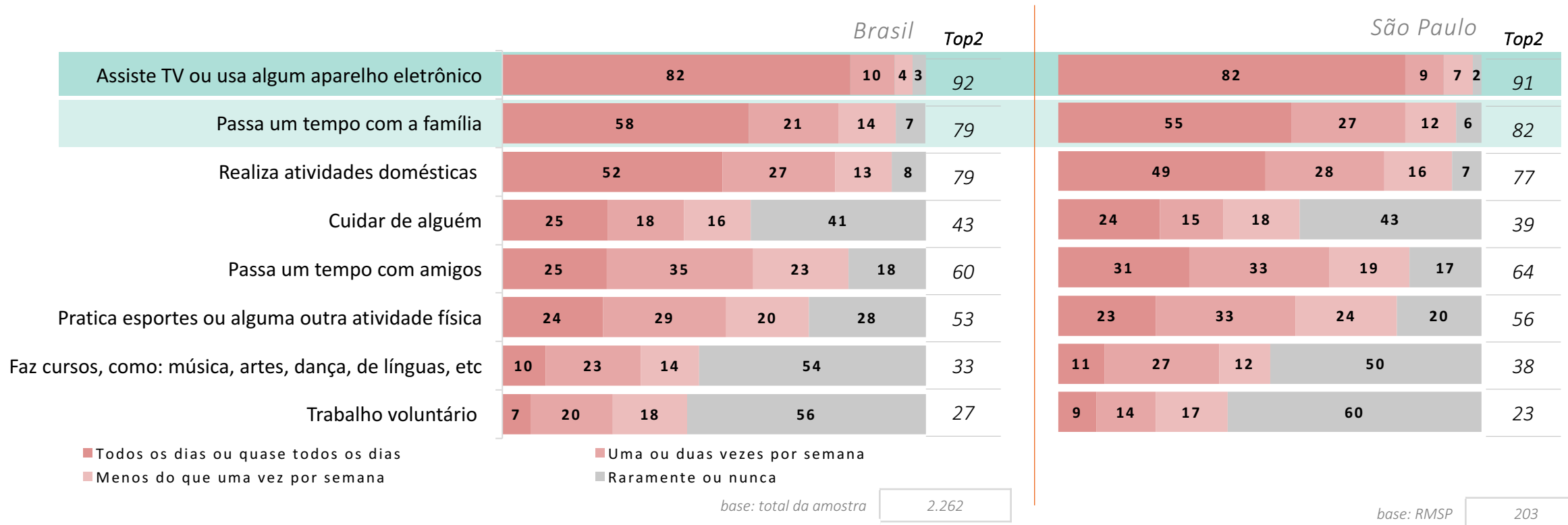
*58,3% dos pais acham que não passam tempo suficiente com a família (Catho) e 87% dos filhos afirmam que os pais passam muito tempo checando celulares (AVG). **Na ausência dos pais, filhos se apegam a bens materiais (Menthes): 18% das crianças que ficam com babás ou avós abririam mão de seus bens materiais para dar um passeio, versus 76% daqueles que ficam com pai ou mãe



frequência com que
pratica atividades

Frequência em que pratica as atividades (estimulada e única, em %)

Para o Brasil e SP, o uso de aparelhos eletrônicos é a atividade mais frequente entre os jovens, seguida de passar tempo com a família e realizar atividades domésticas. *Há oportunidade para incentivar o trabalho voluntário, já que a grande maioria não o pratica nunca.*



A principal atividade, muito acima das demais, é o uso de aparelhos eletrônicos, quase certamente no relacionamento nas redes sociais. Isto explica uma certa falta de concentração (slide 34) dada a alta frequência de solicitação das redes sociais dos jovens se manterem conectados o tempo todo* e o nível relativamente baixo de satisfação com a vida (slide 29), inesperado para jovens, pois se sentem “competindo nas redes” com amigos e contatos. Por outro lado, é boa notícia a grande frequência no “passar tempo com a família” (valorizado no “viver bem” – slide 27), ainda que tenham a percepção de pouca atenção dos pais (slide 36)

* 54% dos adolescentes de 13 a 17 anos acham que passam tempo demais no celular (PRC)
 *Ver notificações e mensagens é a primeira coisa que 45% dos jovens fazem assim que acordam, ainda na cama (PRC)
 *Mais de 30% assumem que perdem o foco na aula porque se distraem com seus telefones (PRC)

seção 3

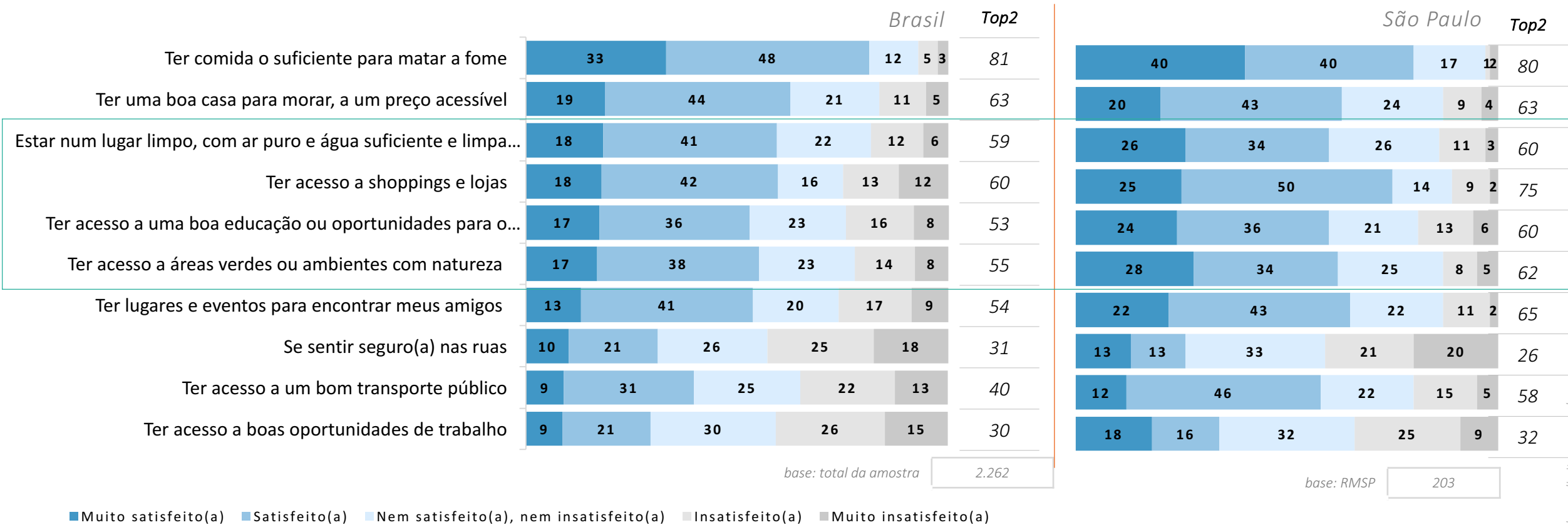
sobre minha cidade

nível de satisfação sobre sua vida na cidade

Nível de satisfação sobre sua vida na cidade em relação a... (estimulada e única, em %)



Os grandes motivos de insatisfação em relação à cidade concentram-se em itens básicos, tanto no Brasil como em São Paulo: menos de 40% estão satisfeitos com as oportunidades de trabalho e com a sensação de segurança. No Brasil, se soma também o acesso a transporte público mas não em SP



Mais de metade dos brasileiros e mais de 60% dos jovens de SP estão satisfeitos com a vida na cidade quanto ao acesso a alimentos, moradia, ar e água limpa, compõem parte dos itens do viver bem: relacionamento, dinheiro e educação. Essa proporção fica abaixo de 40% dos jovens brasileiros satisfeitos com segurança, transporte e oportunidades de trabalho, embora em SP haja satisfação com o transporte público. Isso provavelmente explica o nível relativamente baixo de satisfação com a vida por parte dos jovens brasileiros e de SP*.

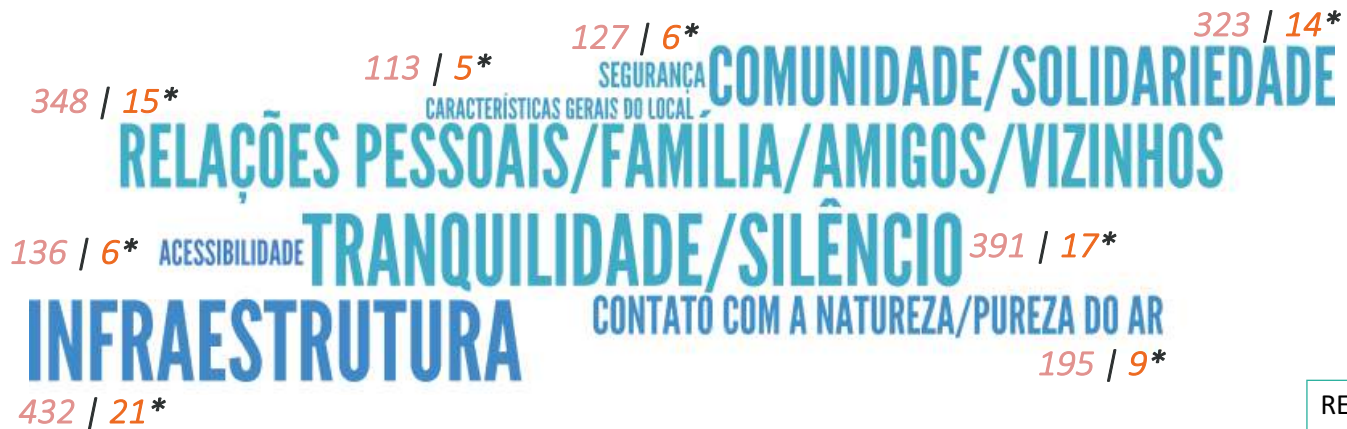
*Apesar de São Paulo apresentar grandes problemas de infraestrutura, a cidade é diversa em termos de serviços oferecidos à população e também é uma das mais ricas do país (Exame, IBGE), por isso a satisfação mais alta dentre os paulistanos comparada à média do país.



melhor coisa sobre
viver na sua cidade
(abordagem espontânea)

Melhor coisa sobre viver na sua cidade (menções espontâneas, em %)

No Brasil, menos de 20% dos pontos são citados como agradando a vida na cidade: a infraestrutura, a tranquilidade/silêncio, as relações pessoais e a comunidade/solidariedade. Para São Paulo, a tranquilidade/silêncio não atinge esse percentual enquanto que a acessibilidade sim.

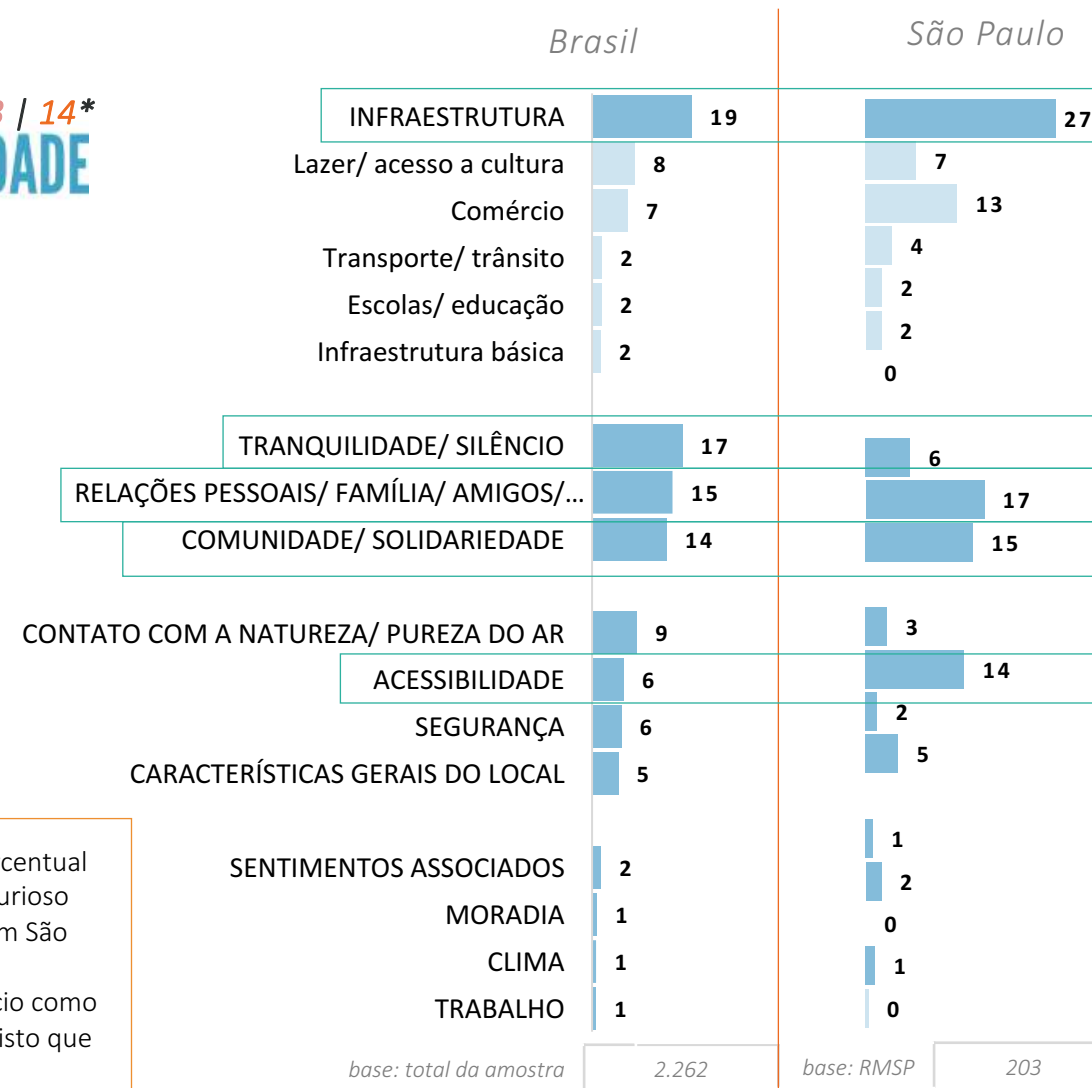


* Os números significam a quantidade de vezes que a palavra foi citada

■ Brasil ■ São Paulo


base Brasil 2.262

base São Paulo 203



É baixa a concentração de respostas nos itens que mais agradam na vida na cidade: no máximo 20% dos entrevistados citaram qualquer dos itens, fragmentando os itens que mais agradam* e destacando apenas um dos itens do Viver Bem: as relações pessoais/relacionamento. É provável que essa lembrança espontânea limitada quanto ao que agrada na vida na cidade contribua para o nível moderado de satisfação com a vida entre os jovens

*Ainda que esse percentual seja muito baixo, é curioso que 6% dos jovens em São Paulo mencionem a tranquilidade / silêncio como o que mais agrada, visto que a cidade é a 4ª mais barulhenta do país (Uol).

A high-angle photograph of a dense urban cityscape, likely São Paulo, Brazil, showing numerous high-rise apartment buildings and skyscrapers. The sky is blue with some light clouds. The image is partially cut off on the right side, revealing a solid blue background where the text is located.

pior coisa sobre
viver na sua cidade
(abordagem espontânea)

Pior coisa sobre viver na sua cidade (menções espontâneas, em %)

A insegurança é o fator mais citado como o pior em se viver nas cidades Brasileiras e em SP, seguido de infraestrutura e da vizinhança. Aspectos como barulho, desemprego, custo de vida, embora sabidamente relevantes, aparecem pouco nas menções espontâneas.



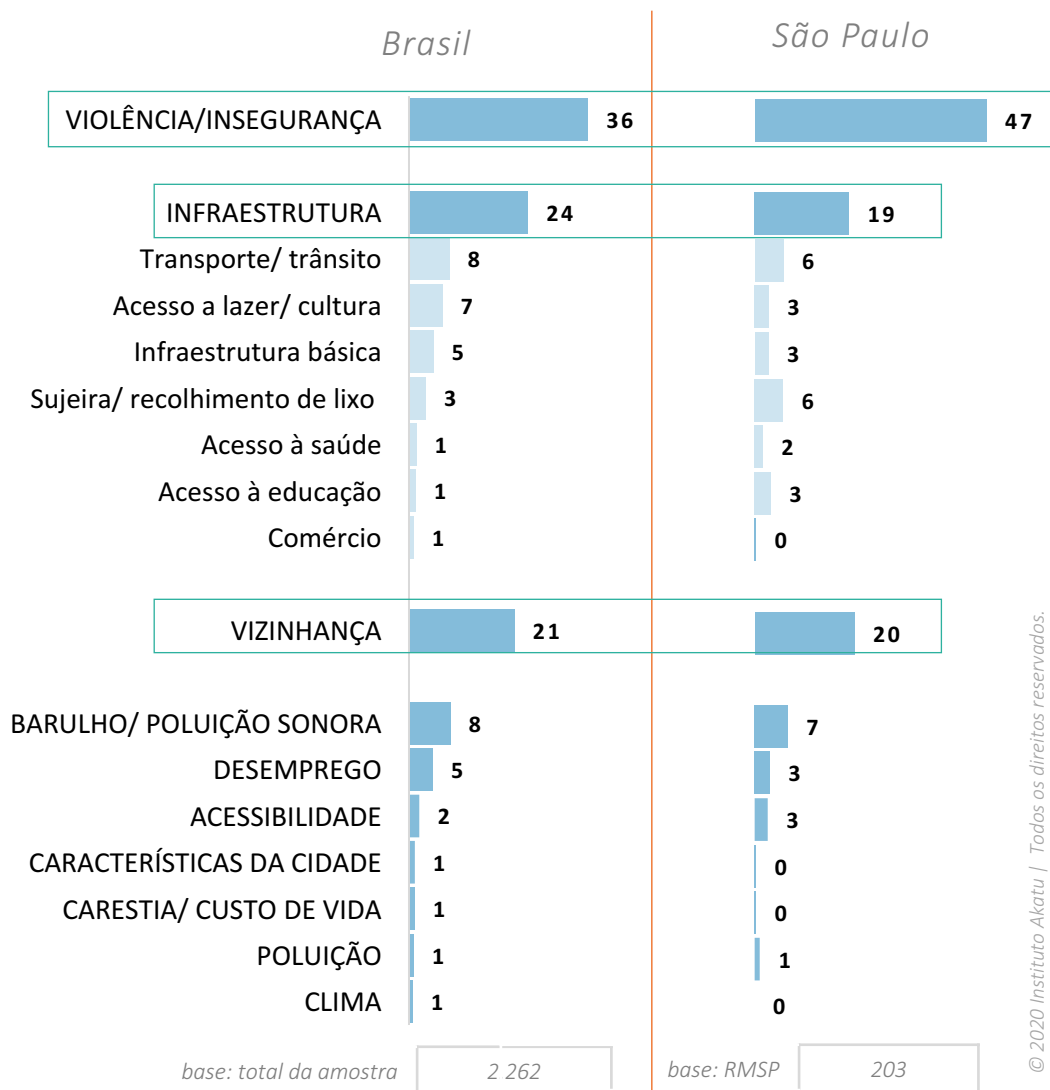
* Os números significam a quantidade de vezes que a palavra foi citada

■ Brasil ■ São Paulo

base Brasil 2.262
base São Paulo 203

Violência e insegurança são temas muito citados na mídia brasileira e, em particular, de SP, explicando seu destaque negativo e muitas vezes, a violência é presenciada por jovens.* Entre os itens mais valorizados no viver bem, dois deles – a saúde (1º) e a educação (4º) – não aparecem entre as piores coisas na cidade, ao contrário. E as relações (2º item mais valorizado) são citadas como das coisas que mais agradam.

*61% dos jovens de São Paulo têm receio de se tornar vítima da criminalidade e 49% sairiam da cidade se tivessem oportunidade. O receio vem dos pais: os jovens têm medo de ter o celular roubado porque o mesmo já aconteceu (até com alta frequência) com os pais (Estadão). E mais: a Região Metropolitana de São Paulo abriga a cidade mais violenta do Brasil: Diadema (Folha)



seção 4

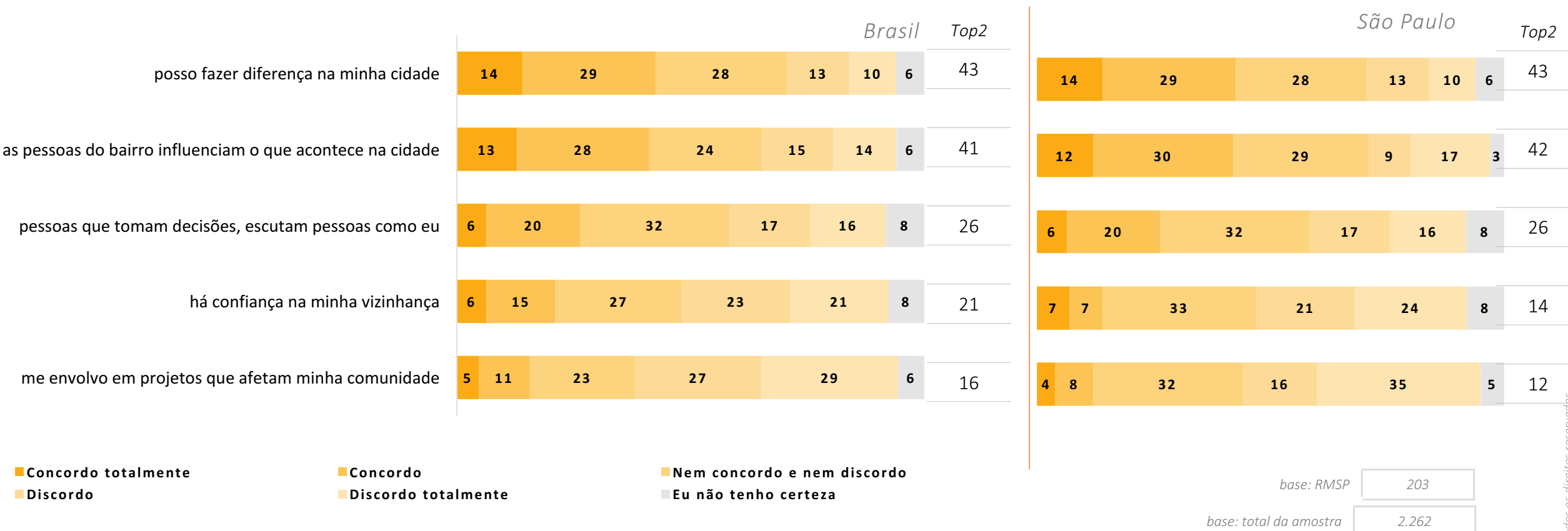
sobre minha comunidade

sensação de pertencimento
comunitário

Sensação de pertencimento comunitário (estimulada e única, em %)



A sensação de pertencimento comunitário está presente em menos de 40% dos jovens Brasileiros e de São Paulo, com muito baixo nível de confiança na vizinhança (menos de 21% dos jovens) e ainda mais baixo envolvimento em projetos que afetam a comunidade onde vivem.



Com apenas 26% dos jovens Brasileiros e de SP tendo a percepção de ser ouvidos nas decisões, com menos de 21% tendo confiança na vizinhança e menos de 16% tendo envolvimento em projetos na comunidade, fica clara uma **baixa sensação de pertencimento comunitário pelos jovens**. Ainda que 43% acreditem que podem fazer diferença na cidade, há **uma sensação de impotência frente às decisões** tomadas visto que apenas 26% dos jovens acreditam que são ouvidos nas decisões. Esses fatos provavelmente **contribuem para um nível mediano de positividade, menor do que seria esperado em jovens**



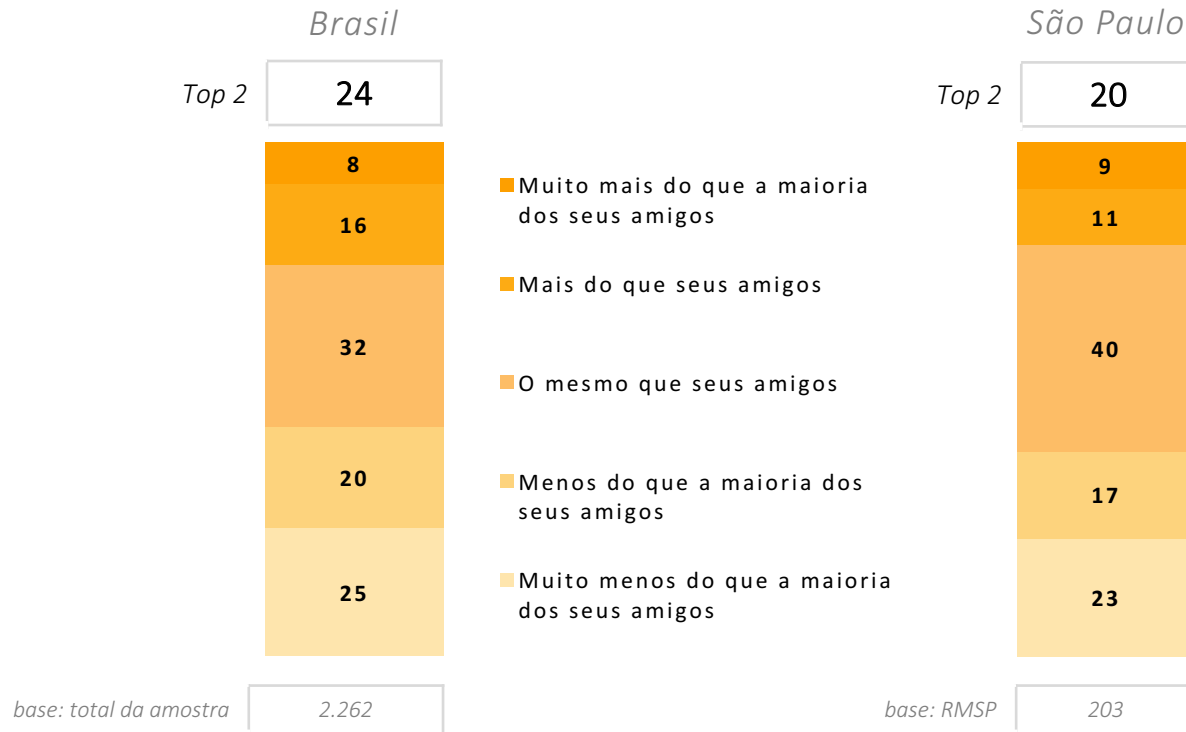
frequência de prática
de atividades sociais

envolvimento em alguma
organização
na cidade

Percepção de frequência na prática de atividades sociais (estimulada e única, em %)



60% dos jovens paulistanos dizem participar de atividades sociais tanto ou mais frequentemente que seus amigos.



A percepção dos jovens Brasileiros e os de SP sobre a sua frequência nas práticas de atividades sociais em relação às dos amigos é, naturalmente, muito influenciada pelo que os amigos e contatos dizem nas redes sociais. **Assim, essa percepção é distorcida pelo fato dos jovens tenderem fortemente a postar somente as coisas boas que estão fazendo (e não compartilhar a inação ou as coisas ruins)*.**

Isso leva a apenas pouco mais dos jovens terem a percepção de que participam mais ou muito mais do que os amigos de atividades sociais.

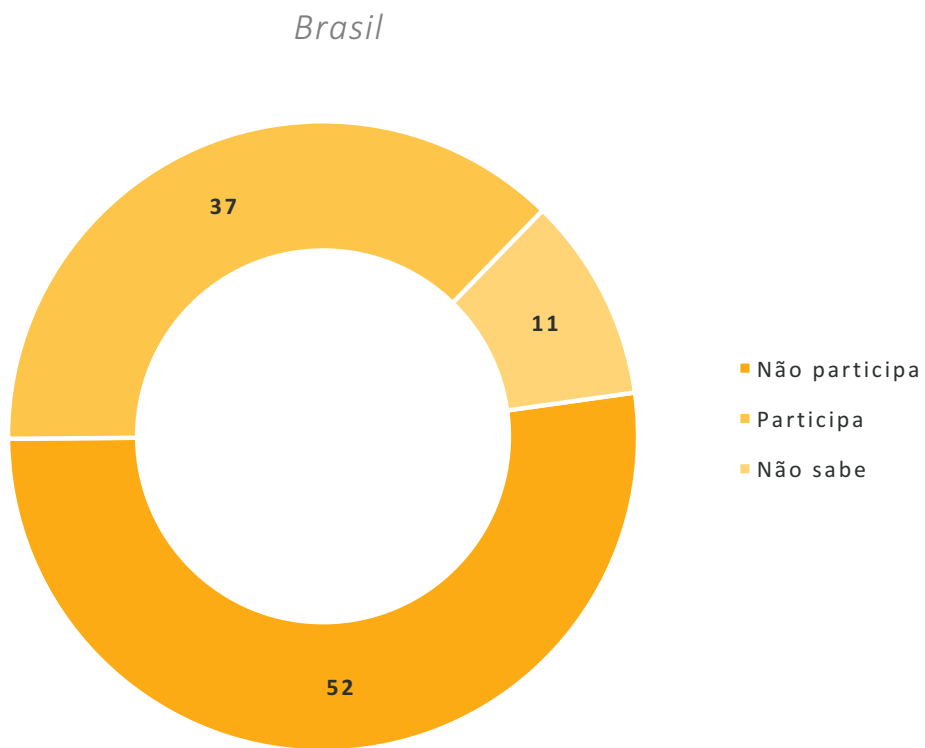
Com isso, **mais de 40% dos jovens tem uma percepção de que tem menor frequência em atividades sociais do que os amigos, o que é certamente frustrante e provavelmente contribui para uma satisfação mediana com a vida de cerca de 50% dos jovens Brasileiros e os de SP.**

Pesquisa da [Dove](#) com jovens sobre auto-estima:

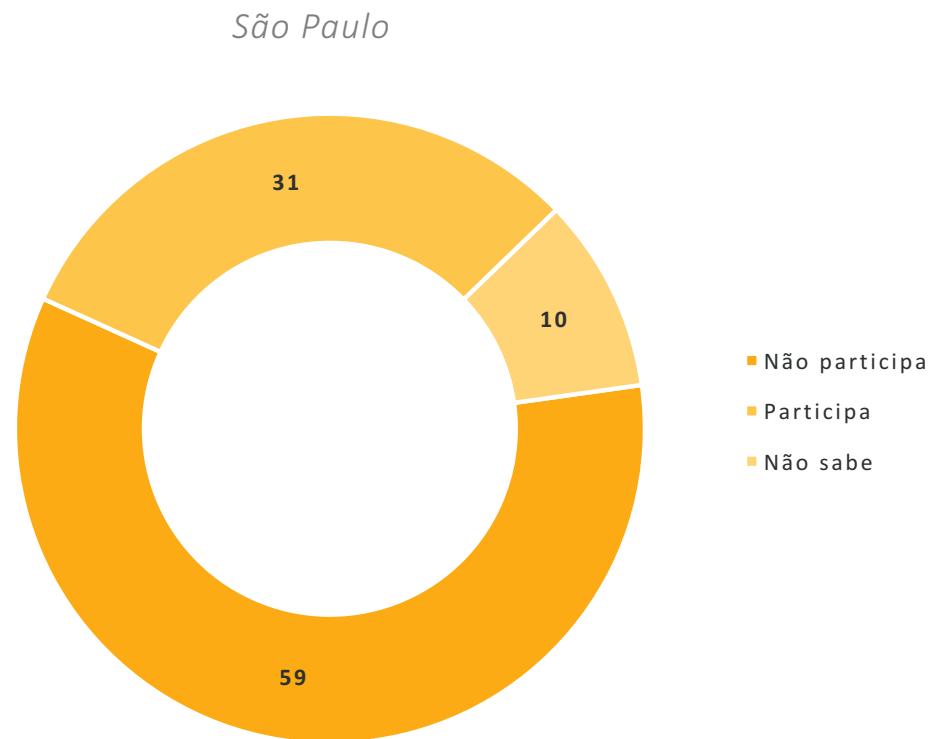
"Você vê as postagens de todo mundo e fica pensando: 'Elas são tão lindas. A vida delas é tão legal'. **Isso pode fazer você pensar que todo mundo está se divertindo mais do que você [...]** O que você precisa sempre lembrar é que **as pessoas postam apenas seus melhores momentos.** A vida de ninguém consiste apenas de momentos positivos. Quem posta fotos nas quais está gorda ou quando seu cabelo está horrível? Pois é, ninguém" (*menina, 15 anos*).

Envolvimento em alguma organização na cidade (estimulada e única, em %)

O envolvimento efetivo em alguma organização ou movimento é de por volta de 1/3 dos jovens Brasileiros e de SP .



base: total da amostra 2.262



base: RMSP 203

O relativamente **baixo sentimento de pertencimento à comunidade** (slide 48) e a **percepção de receber menos ajuda do que prestar ajuda** (slide 36) provavelmente **desencorajam a participação em organizações ou movimentos na cidade.**

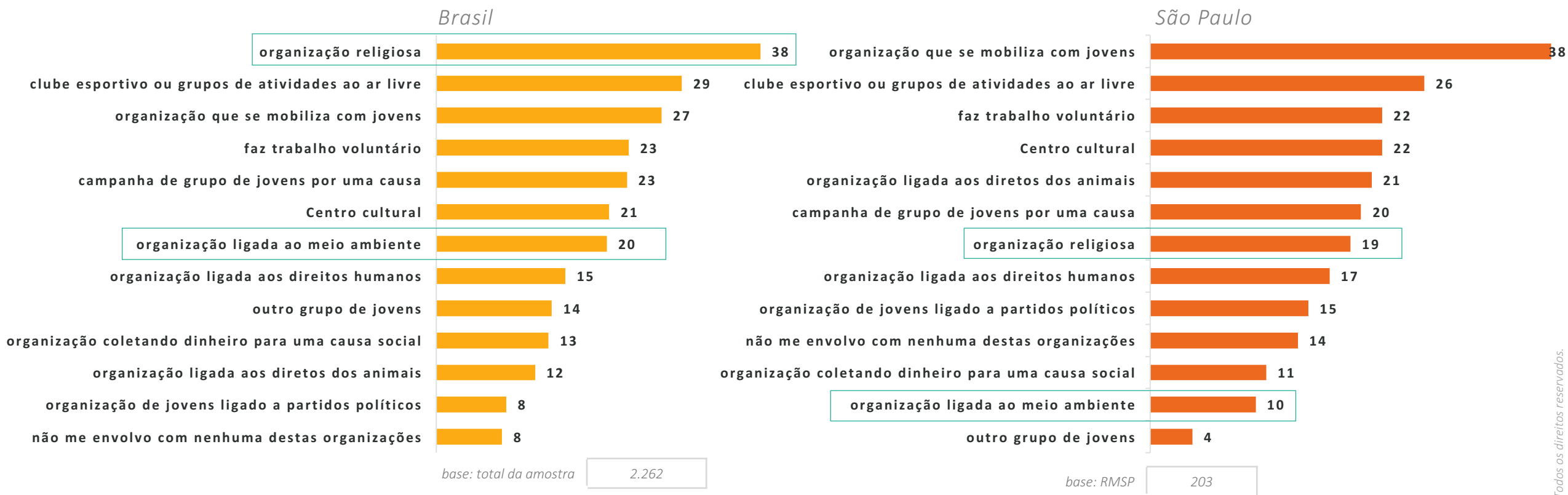


tipos de organizações com envolvimento dos jovens

Tipos de organização com envolvimento dos jovens (estimulada e única, em %)

Organizações religiosas tem representatividade muito menor em São Paulo do que no restante do Brasil.

Participação de jovens em organizações de cunho religioso no Brasil é o dobro do que em São Paulo.



Brasil: possivelmente a **influência da família e os encontros de jovens propiciados pelas igrejas** induzem sua participação em organizações religiosas. Já organizações ligadas a direitos de animais e a partidos políticos são menos atraentes para os jovens por parecer, possivelmente, **algo que tem a ver com adultos**. No Sudeste, o **número de católicos é o menor do país** e o de evangélicos é o terceiro menor. A região também possui o **maior percentual de pessoas sem religião** do Brasil ([IBGE](#)). Por ser a cidade mais urbanizada do país, o **contato com áreas verdes em São Paulo é pequeno** em comparação às outras regiões ([Diário do Comércio](#)). Tais fatos possivelmente explicam as diferenças entre as respostas dos paulistanos e a média brasileira.



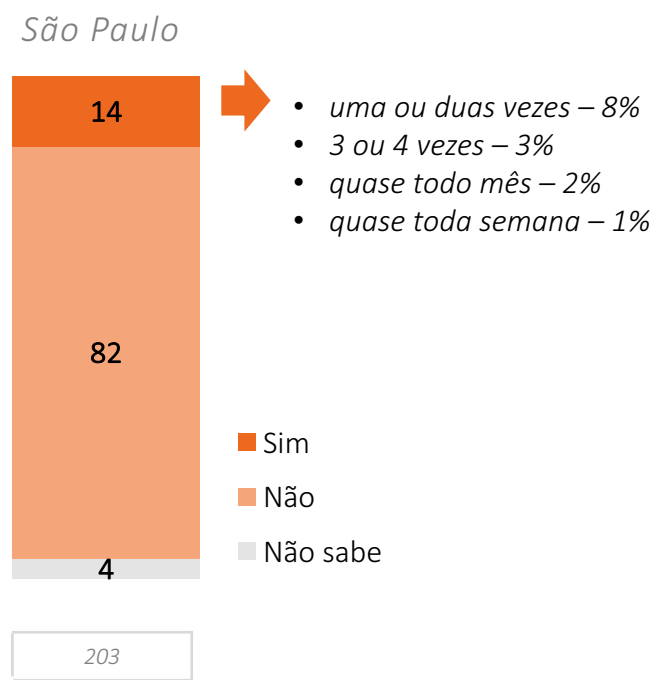
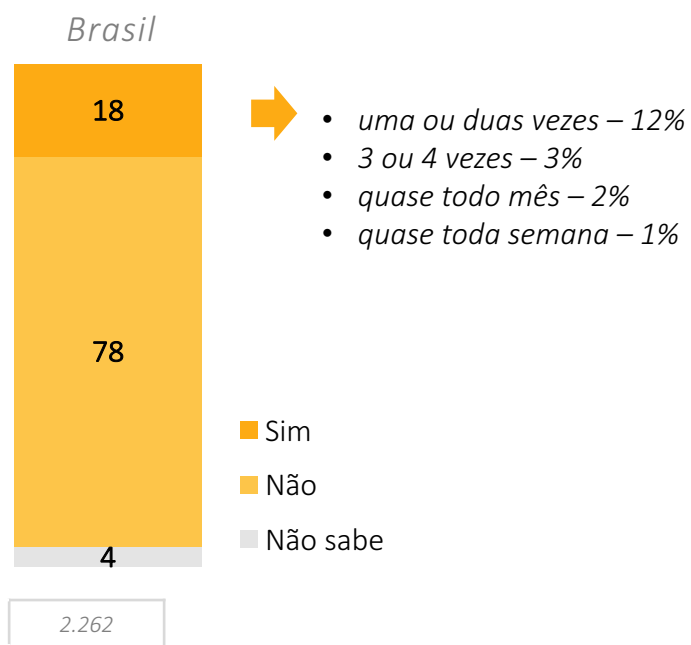
- participação nos protestos pelo clima
- motivos que fizeram participar dos protestos
- percepção sobre a mudança climática

Protestos pelo clima: perfis demográficos (estimulada e única, em %)

A grande maioria dos jovens Brasileiros e de SP (mais de 78%) não participou de nenhum protesto pelo clima no último ano.

Os jovens que mais participaram nas cidades Brasileiras e em SP foram os negros, grupo no qual cerca de 23% participaram; o grupo entre 18 e 20 anos em que pouco mais de 20% participaram; e o grupo da classe B no qual entre 18 e 20% participaram.

participação dos jovens nos PROTESTOS PELO CLIMA nos últimos 12 meses



- Quanto aos grupos em que houve maior participação nos protestos (slide 56 e 57), as possíveis razões são as seguintes:
- Classe social mais alta (classe B): **maior mobilidade física e nível educacional**
 - Entre 18 e 20 anos: maior **liberdade de locomoção**
 - Do Ensino Médio das cidades Brasileiras, mas não de SP: este foi **público alvo da ação global ***
 - Negros: **grupo mais mobilizado por uma maior participação na sociedade**

* Movimento começou com uma jovem de 15 anos na época, que incitou **greves escolares**: estudantes saem às ruas para pedir ações dos governantes para limitar o aquecimento global a 1,5°C (Fridays for Future)

Protestos pelo clima: perfis demográficos (estimulada e única, em %)

BRASIL



Protestos pelo clima: perfis demográficos (estimulada e única, em %)

SÃO PAULO

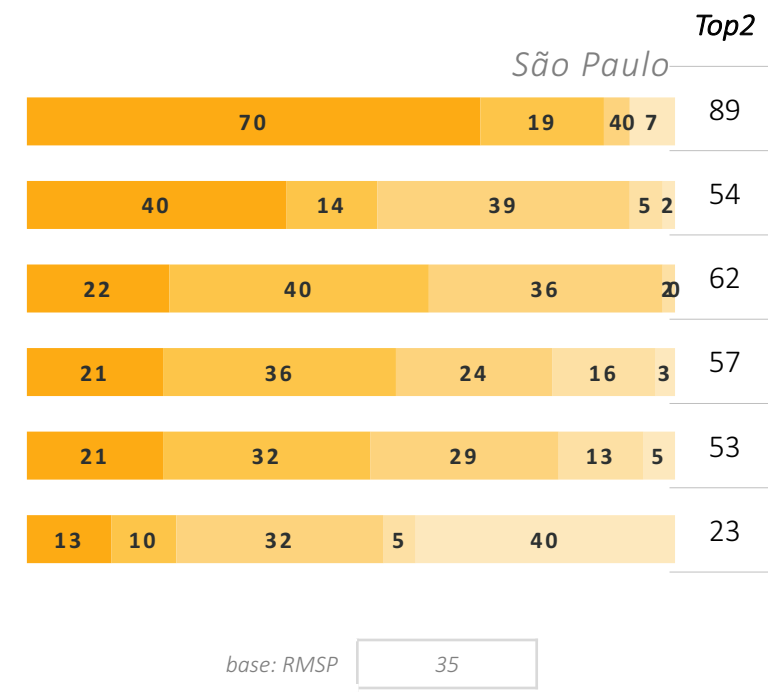
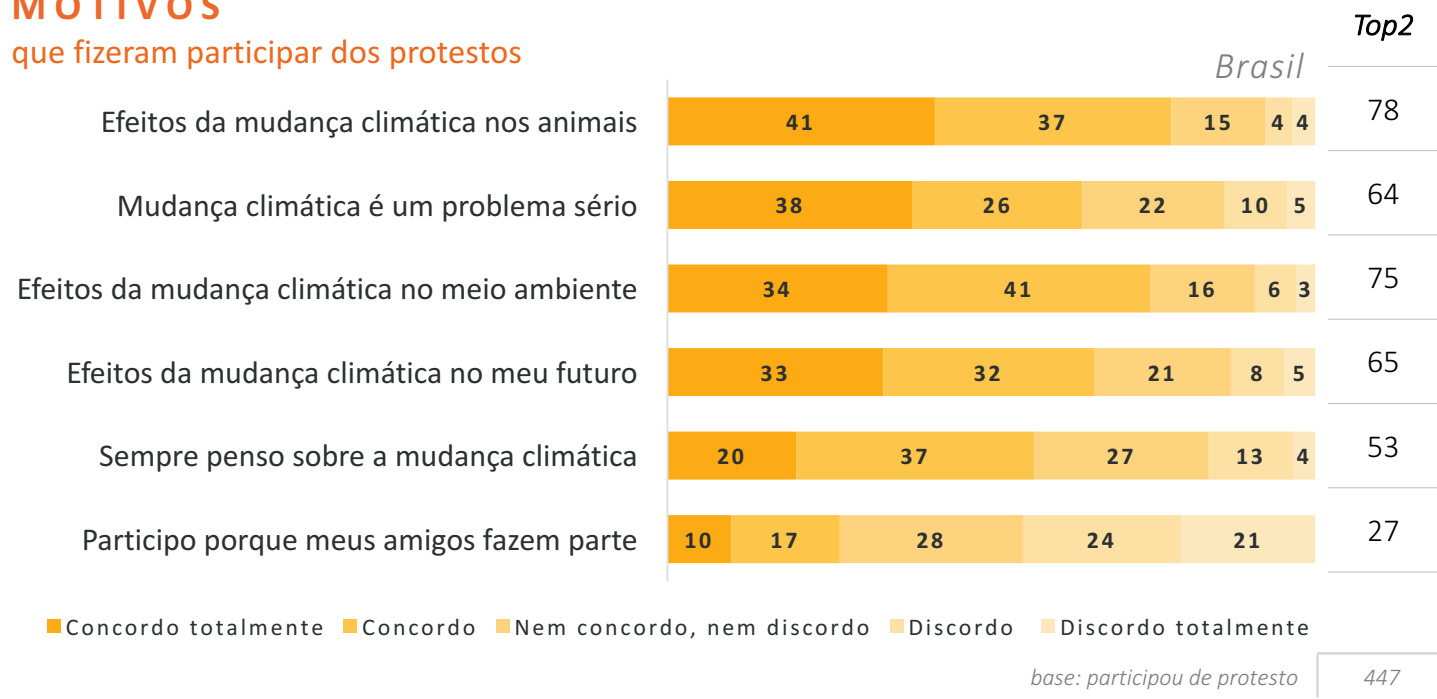


Protestos pelo clima: motivação (estimulada e única, em %)

A grande maioria dos jovens Brasileiros (78%) e de SP (82%) não participou de nenhum protesto pelo clima no último ano. Quem participou, o fez por achar que se trata de um problema sério e foi mobilizado pelos efeitos nos animais e no meio ambiente.

MOTIVOS

que fizeram participar dos protestos



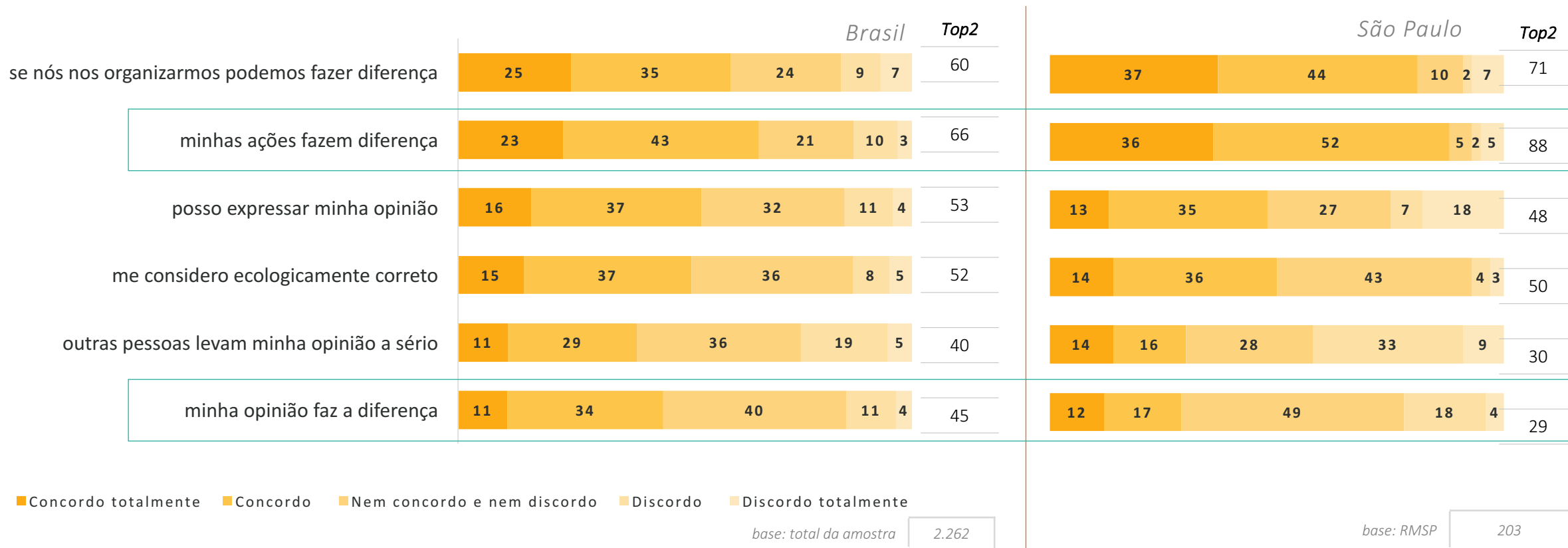
Entre os 14% dos jovens que participaram de protestos pelo clima em SP e os 18% no Brasil, as motivações foram:

- Efeitos das mudanças climáticas sobre os animais, dada a provável percepção dos animais como impotentes e vulneráveis
- Apropriação das mudanças climáticas como um problema sério, dado que o próprio movimento mobiliza nesta direção
- Efeitos do clima sobre o meio ambiente * e sobre o futuro, dado que Greta Thunberg liderou uma queixa na ONU acusando vários países de não agirem contra o aquecimento global, mesmo conhecendo os riscos para o futuro dos jovens.

* Proteção do meio ambiente, e inclusive da biodiversidade, são as principais causas do movimento ([Fridays for Future](#))

Percepção de jovens na mudança climática (estimulada e única, em %)

Cerca de 2/3 dos jovens de cidades Brasileiras e de entre 70 e 88% dos jovens de SP acreditam que cada um pode fazer a diferença na questão do clima



Apesar de apenas 14% dos jovens de SP terem participado de manifestações, **quase 90% acredita que suas ações podem fazer diferença, embora apenas cerca de 30% acredita que sua opinião faz diferença***. No Brasil, o quadro é um pouco distinto visto que, embora um percentual menor dos jovens (66%) acredita que suas ações podem fazer diferença, um percentual bem maior (45%) acredita que sua opinião faz diferença. Assim, claramente existe uma **oportunidade de mobilizar mais jovens para a ação, mas provavelmente seria preciso oferecer as condições que facilitem uma maior participação nas manifestações**

*** São Paulo é um dos estados brasileiros com maior número de núcleos do [Fridays for Future](#), idealizadores das greves pelo clima o que pode levar a aumento da relevância do tema dentre os jovens da região e ainda **aflorar o sentimento de pertencimento de fazer parte de algo maior**, relevante na cidade e no mundo.**

Os 14% dos jovens da região metropolitana de SP que participaram de manifestações sobre as mudanças climáticas tem características distintas dos demais :

- Têm **atitude mais ativa diante da vida**, nos planos social e individual, e acreditam que “o que fazem vale a pena”
- Sentem **mais energia** para tocar as atividades diárias e são **menos tranquilos**
- Declaram que **oferecem mais apoio** a quem precisa de ajuda
- Demonstram **mais confiança na vizinhança** que o restante dos jovens
- Como hábitos gerais, esses jovens
 - **assistem menos TV**
 - **fazem mais trabalho voluntário e cursos**
 - **participam mais de organizações** de vários tipos, como as que
 - **Mobilizam jovens** para ações variadas
 - Coletam dinheiro para **causas sociais**
 - Organizam iniciativas relacionadas a **direitos dos animais**
- E frequentam **menos as organizações religiosas**



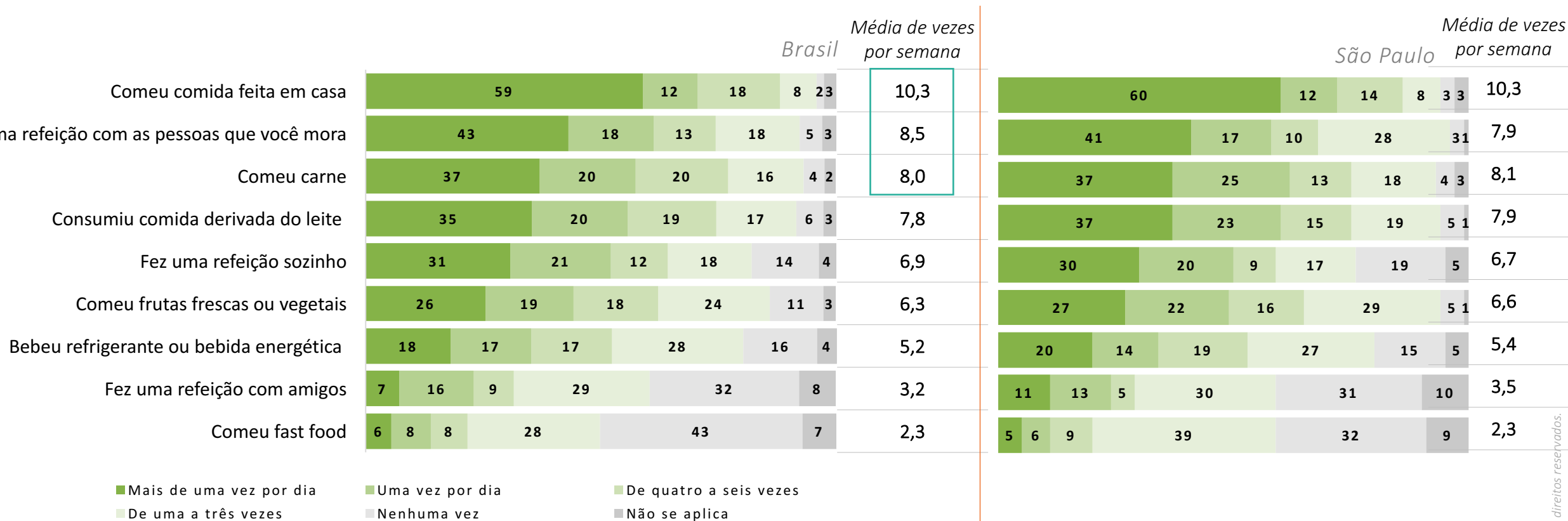
seção 5

sobre minha alimentação

hábitos alimentares nos últimos 7 dias

Hábitos alimentares nos últimos 7 dias (estimulada e única, em %)

Os jovens das cidades Brasileiras e os de SP, os hábitos mais comuns incluem comer comida caseira, incluindo carne e derivados de leite, fazendo refeições com as pessoas com quem moram. *Há algum espaço para o aumento no consumo de frutas e vegetais.*




■ Mais de uma vez por dia
 ■ Uma vez por dia
 ■ De quatro a seis vezes
■ De uma a três vezes
 ■ Nenhuma vez
 ■ Não se aplica

base: total da amostra 2.262

base: RMSP 203

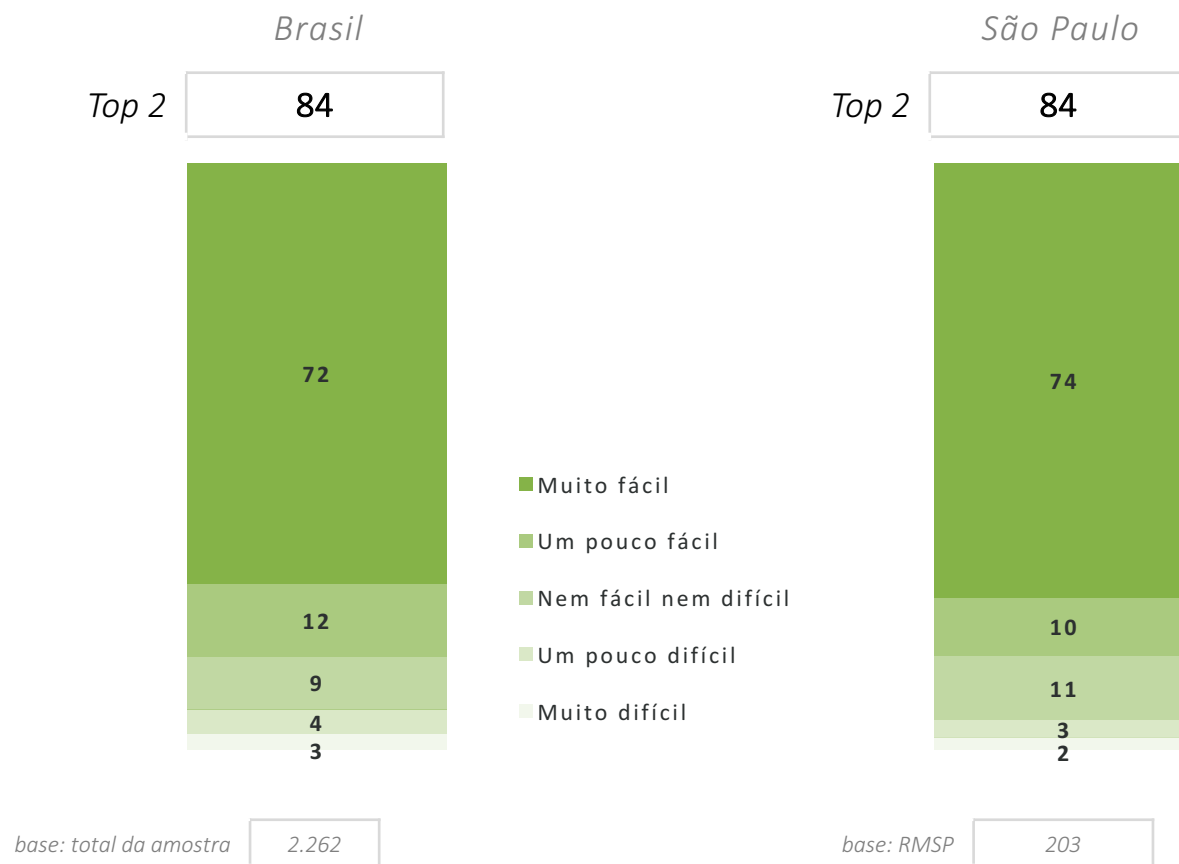
“Comida feita em casa” integra fortemente os hábitos alimentares dos jovens Brasileiros e da região metropolitana de SP, incluindo significativamente o consumo de carne e derivados de leite, e em proporção um pouco menor as frutas frescas e vegetais, portanto **refeições em geral saudáveis**. Este fato provavelmente se relaciona diretamente **com o da saúde ser o 1º item entre os que compõe o viver bem** para os jovens. **O consumo de fast food é esporádico (2 vezes por semana), o que é um hábito não tão positivo mas não tão ruim dada a sua relativamente baixa incidência.**

A close-up photograph of water being poured into a clear glass. The water is captured in mid-pour, creating a dynamic splash with many bubbles and droplets. The background is a blurred landscape with a blue sky and a body of water.

facilidade em
beber água limpa

Facilidade em beber água limpa (estimulada e única, em %)

A grande maioria (84%) dizem que é fácil conseguir beber água limpa. Mas para 16% dos jovens, não é fácil consegui-la.



Tanto para os jovens de cidades Brasileiras como de SP, o acesso à água limpa não é fácil para 16% deles, um percentual bastante elevado e preocupante, visto ser um item essencial à saúde e ser a saúde ser o 1º atributo do **viver bem** para os jovens (slide 27)

Este fator certamente contribui para parte da insatisfação com a vida na cidade e em relação à infraestrutura da cidade.

Sumário de resultados por seção e principais conclusões



Seção 1: Sumário de resultados – frequência de preocupação com dinheiro e satisfação com bens

O cenário geral retrata **uma preocupação frequente com a situação financeira** – mas há variações por segmentos:

- **Preocupação mais frequente nas mulheres** que nos homens
- **Menos frequente nos negros** que nos brancos e pardos
- **Mais frequente nos mais velhos** e nos de maior escolaridade
- **Independente da classe social**, mas em SP é maior nas classes B, C e D
- **Frequência alta tanto nos que trabalham** quanto nos que não trabalham

O cenário geral retrata **um nível entre médio e alto de satisfação com os bens materiais que possui** – mas há variações em segmentos específicos

- **Maior satisfação nos homens** que em mulheres, com diferença ainda maior em SP
- **Menor satisfação entre os mais velhos**
- **Menor satisfação entre os mais educados**, mas não em SP
- **Maior satisfação nos negros** que nos brancos e pardos
- **Satisfação é a mesma** entre os que trabalham e os que não trabalham



Seção 1: Principais conclusões – frequência de preocupação com dinheiro e satisfação com bens

O cenário geral para os jovens retrata **uma preocupação frequente com a situação financeira** da família e **um nível entre médio e alto de satisfação com os bens materiais que possui**, mas há variações em segmentos específicos

- Mulheres são responsáveis pelas compras e, com isso, é maior a preocupação com dinheiro e menor a satisfação com os bens pois sabem melhor o que não conseguem comprar.
- Negros tem possivelmente suas identidades menos ligadas ao dinheiro e bens e, com isso, tem preocupação menos frequente com dinheiro e maior satisfação com os bens que possuem.
- Com a idade e a escolaridade, possivelmente, aumenta a expectativa de reduzir a preocupação e aumentar a satisfação com posse de bens, levando a preocupação mais frequente e menor satisfação com bens.
- Insegurança com dinheiro é comum a todas as classes sociais, aumentando um pouco nas classes médias em SP (B, C e D).
- Insegurança em relação ao dinheiro, levando a preocupação frequente, é traço comum, não havendo variação nem na preocupação nem na satisfação com os bens entre os que trabalham e os que não trabalham



Seção 2: Meu bem estar – Sumário de Resultados

- **Viver Bem**, para os jovens, significa **ter o básico** – dinheiro, saúde, relacionamento e educação – dinheiro suficiente para fazer as coisas básicas, ser saudável, relacionar-se bem com amigos e família, e ter uma boa educação
- Quanto ao **nível de felicidade**, em média, os jovens relatam um nível entre médio e alto, mas apenas **por volta de 50% se considera feliz e satisfeito com a vida**, pouco mais de 50% revela uma visão positiva com a vida, mas mais de 40% não.
- Possivelmente, como decorrência desse quadro, **pouco mais de 50% se sente com energia todo ou a maior parte do tempo**, o que é **negativamente surpreendente para esta faixa de idade**.
- Ainda que a média de concentração no que estão fazendo esteja, em média, em 7 em uma escala de 10, é muito preocupante que **apenas 20% consiga se concentrar sempre e que 20% absolutamente não se concentra**. Nesse sentido, não é surpresa que 90% relata como principal atividade assistir TV ou usar aparelhos eletrônicos, o que provavelmente causa essa não concentração.
- Por outro lado, **80% relata passar tempo com a família**, o que é positivamente surpreendente.
- E, finalmente, os jovens tem uma percepção de darem apoio mais do que recebem, com **40% relatar receber apoio sempre mas 70% dar apoio sempre**



Seção 2: Meu bem estar – Principais conclusões

- Ainda que o quadro de atributos do viver bem seja bastante equilibrado, o quadro de felicidade, de satisfação com a vida e de visão positiva com a vida revela **um nível de apatia que não seria esperado em jovens.**
- Provavelmente, como indicam outras pesquisas, **este quadro é determinado, pela sobrecarga de atividades especialmente nos mais velhos e pela competição com outros jovens por meio da pressão e influência negativa** desempenhada pelos amigos e contatos nas redes sociais em competição acirrada.
- Nesse sentido, **as principais atividades serem assistir TV e usar aparelhos eletrônicos certamente ajudam a explicar tal pressão e a exposição a uma excessiva quantidade de informação ajuda a explicar que a baixa concentração** no que estão fazendo em uma boa parcela dos jovens.
- Ainda que os jovens relatem que **passar tempo com a família é uma das principais atividades, provavelmente este é um tempo de qualidade duvidosa**, visto que sentem receber muito menos apoio do que dão.



Seção 3: Sobre minha cidade – Sumário de resultados

- Há uma alta insatisfação com o que a cidade oferece em termos de segurança, de oportunidades de trabalho (que é importante item do viver bem, relacionado ao item dinheiro) e de qualidade do transporte público.
- Apenas 50% revela satisfação com a educação, outro item do viver bem
- Em comida, 80% diz ter comida suficiente, mas ainda há 20%, 1 em cada 5 jovens, que não responde desta forma e, portanto, não tem comida suficiente, percentual bastante alto
- Nas respostas espontâneas em relação à melhor coisa do viver na cidade, as respostas são muito fragmentadas, aparecendo com destaque apenas um item do viver bem que é o relacionamento.
- O mesmo se dá quanto à pior coisa do viver na cidade, embora fragmentada, com forte destaque para violência e a insegurança.
- Itens do viver bem como saúde e boa educação não aparecem nem como menção espontânea nem da melhor nem da pior coisa de viver na cidade.



Seção 4: Sobre minha comunidade – Sumário de resultados

- Menos de 40% revela uma sensação de pertencimento à comunidade
- 30% relata envolvimento em organizações da comunidade, um percentual baixo
- Entre os que participam em organizações, 40% vão a organizações religiosas, 30% a esportivas e praticamente não há envolvimento político (que é 5 vezes menor que o nas organizações religiosas)
- Há uma baixa participação em protestos pelo clima, de menos de 20%, sendo que 80% o fazem pelos animais, e 60 a 70% pelo meio ambiente ou por ser problema sério

Seção 5: Sobre minha alimentação – Sumário de resultados


- A alimentação é muito frequente – 10 a 14 períodos – comida feita em casa, 8 dos quais com pessoas com quem mora, comendo carne em 8 períodos
- Boa notícia é que Fast Food é limitado a 2 períodos por semana
- Má notícia é que 16% tem dificuldade de acesso à água limpa, lembrando que em minha cidade a pesquisa revelou que 20% não tem comida suficiente



Seção 3, 4 e 5: Minha cidade, comunidade e alimentação – Principais conclusões

O cenário revelado merece atenção da sociedade:

- Mostra que as condições oferecidas pela cidade explicam parte da apatia dos jovens, dado que, entre os itens do bem viver, apenas 50% se revelam satisfeitos com a educação e nas respostas espontâneas a única coisa boa ressaltada foram os relacionamentos
- Há reclamação quanto a violência e insegurança, que pode explicar, ainda que parcialmente, o baixo envolvimento em organizações comunitárias
- Um bom lado revelado pela pesquisa é que 90% comem em casa e 80% com pessoas com quem mora
- E uma má notícia é que, embora se esteja tratando apenas de capitais e zonas metropolitanas, ainda assim 20% não tem comida suficiente e 16% tem dificuldade de acesso a água limpa, certamente muito bons motivos para a apatia revelada por boa parcela dos jovens por meio de um baixo nível de felicidade, baixa satisfação com a vida e baixa positividade com a vida



E uma seção extra:
então afinal, quais os
fatores relacionados a...

- jovens felizes?
- jovens satisfeitos com a vida?
- jovens positivos diante da vida?

Que fatores estão relacionados a jovens felizes / satisfeitos com a vida / positivos diante da vida

Em busca desses fatores

As inferências apresentadas abaixo foram feitas em relação aos dados das cidades do Brasil e também da região metropolitana de SP. Tanto no caso brasileiro quanto para a Região Metropolitana de São Paulo, três (3) análises de regressão permitem identificar, entre as variáveis pesquisadas, quais se correlacionam mais fortemente com os níveis mais altos de resposta para 3 (três) questões seguintes:

- **É FELIZ? (felicidade)**

notas 9 e 10 (*o máximo é 10*)

- **ESTÁ SATISFEITO COM A VIDA? (satisfação)**

nota 5 (*correspondente a “muito satisfeito”*)

- **SE SENTE POSITIVO DIANTE DA VIDA? (positividade)**

composição de 4 fatores, todos com nota 5 (*correspondente a “concordo totalmente”*), em relação a:

1. É otimista quanto ao futuro
2. Se sente positivo sobre si mesmo
3. Sente que cumpre seus objetivos
4. Sente que o que faz tem valor e vale a pena

Que fatores estão relacionados a jovens felizes / satisfeitos com a vida / positivos diante da vida

A análise de regressão

Para cada uma das 3 questões (*felicidade, satisfação e positividade*), avaliou-se sua correlação com as demais variáveis do questionário e se destacou como sendo variáveis explicativas de cada questão aquelas com significância maior ou igual a 95%.

Por exemplo: a análise de regressão identificou que as variáveis a seguir, em seus 2 níveis mais altos de concordância, tinham 95% de significância para explicar a questão “É feliz?”

- | | | |
|---|--|--|
| 1. Está satisfeito com a vida | 5. Fez parte de algum protesto pelo clima | 9. Recebe ajuda e apoio das pessoas próximas |
| 2. Tem preocupação com os bens que possui | 6. É otimista quanto ao futuro | 10. Está satisfeito com a vida na cidade em que mora |
| 3. Se sente positivo sobre si mesmo | 7. Sente energia para fazer as coisas | 11. Frequência com que realiza trabalho voluntário |
| 4. Tempo que consegue se concentrar no que está fazendo | 8. Sente que o que faz tem valor e vale a pena | |

Isto quer dizer que um **jovem que é feliz ao nível mais alto** tem **um alto grau de concordância com estas 11 variáveis**, ou seja, um jovem feliz também (a) está satisfeito com a vida, (b) tem preocupação com os bens que possui, (c) se sente positivo sobre si mesmo, (d) consegue se concentrar no que está fazendo, (e) fez parte de algum protesto pelo clima, (f) é otimista quanto ao futuro, (g) sente energia para fazer as coisas, etc.



Que fatores estão relacionados a jovens felizes / satisfeitos com a vida / positivos diante da vida

A seguir, são apresentadas duas tabelas de correlações para as pessoas felizes, satisfeitas e positivas. A diferença entre as tabelas é a seguinte:

TABELA 1

Cada uma das variáveis foi analisada separadamente na análise de regressão, tendo que se correlacionar com significância $\geq 95\%$ com pelo menos uma das 4 questões de positividade mencionadas para que tivesse destaque.

TABELA 2

Fez-se um olhar com lupa separando os atributos de positividade e, em “Se sente positivo com a vida?”, considerou-se, na análise de regressão, todas as 4 questões que definem tal positividade (“ser otimista”, “ser positivo”, “cumprir objetivos” e “sentir que o que faz tem valor e vale a pena”), de maneira consolidada, ou seja, para cada fator receber destaque seria necessária uma correlação com significância $\geq 95\%$ em relação a todas as 4 questões que definem a positividade.

O que pessoas felizes, satisfeitas e positivas com a vida têm em comum?

	Felicidade	Satisfação com a vida	Positividade diante da vida
Está satisfeito com a vida	Brasil	Brasil	Brasil
Tem preocupação com os bens que possui	Brasil	Brasil	Brasil
Sente-se positivo sobre si mesmo	Brasil	Brasil	Brasil
Tempo que consegue se concentrar no que está fazendo	Brasil, São Paulo	Brasil	Brasil
Fez parte de algum protesto pelo clima	Brasil	São Paulo	Brasil
É otimista quanto ao futuro	Brasil	Brasil	Brasil
Sente energia para fazer as coisas	Brasil	Brasil	Brasil
Sente que o que faz tem valor e vale a pena	Brasil	Brasil	Brasil
Recebe ajuda e apoio das pessoas próximas	Brasil	Brasil	Brasil
Satisfação com a vida na cidade em que mora	Brasil	Brasil	São Paulo
Frequência com que realiza trabalho voluntário	Brasil	Brasil	Brasil
É feliz	Brasil	Brasil, São Paulo	São Paulo
Sente-se calmo e tranquilo	Brasil	Brasil	Brasil
Frequência com que passa um tempo com a família	Brasil	Brasil	São Paulo
Considera que pode fazer diferença na sua cidade	Brasil	Brasil	Brasil
Frequência com que faz cursos	São Paulo	Brasil	Brasil
Pessoas do bairro unidas podem influenciar o que acontece na cidade	Brasil	Brasil	Brasil
Sente que cumpre os objetivos	Brasil	São Paulo	Brasil
Frequência com que pratica esportes ou atividades físicas	Brasil	Brasil	São Paulo

TABELA 1

■ Brasil
■ São Paulo

Os fatores presentes em jovens felizes, satisfeitos e positivos diante da vida estão principalmente relacionados com

- sentir energia para fazer as coisas
- sentir que o que fazem têm valor
- receber ajuda e apoio das pessoas próximas

Resultados anteriores, no entanto, mostram que os jovens ainda estão distantes desse patamar de felicidade, satisfação e positividade com a vida

O que pessoas felizes, satisfeitas e positivas com a vida têm em comum?

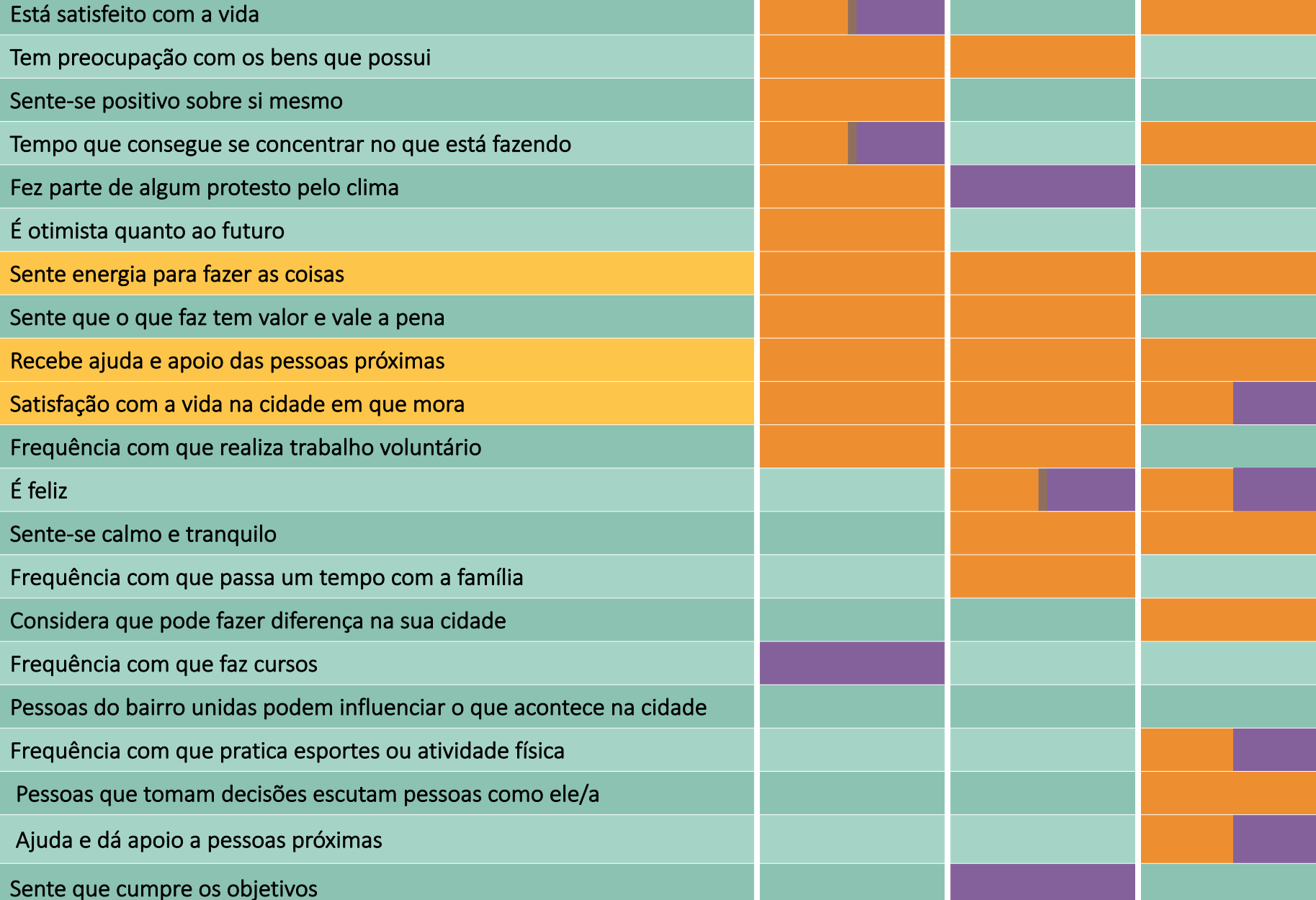
Felicidade

Satisfação com a vida

Positividade diante da vida

TABELA 2

■ Brasil
■ São Paulo



Os fatores presentes em jovens felizes, satisfeitos e positivos diante da vida, quando a análise da positividade é consolidada, estão principalmente relacionados a:

- sentir energia para fazer as coisas
- receber ajuda das pessoas próximas
- satisfação com a cidade onde mora



Que fatores estão relacionados a jovens felizes / satisfeitos com a vida / positivos diante da vida Brasil e São Paulo (1/2)

Vemos então que, para os jovens das cidades do **Brasil**, as variáveis que mais contribuem para que o jovem sintam-se feliz, satisfeito e positivo diante da vida são:

- **ter energia** para fazer as coisas,
- **receber apoio** das pessoas próximas
- **satisfação com a vida na cidade** em que mora.

Para o jovem de **São Paulo**, as variáveis que mais contribuem para que o jovem seja feliz, satisfeito e positivo diante da vida são:

- frequência com que **fazem cursos**,
- sentir que **cumprem com seus objetivos**
- **participar de manifestos** são muito relevantes para serem felizes e satisfeitos com a vida.



Que fatores estão relacionados a jovens felizes / satisfeitos com a vida / positivos diante da vida Brasil e São Paulo (2/2)

A análise de regressão demonstra que a variável **“frequência com que faz cursos”** contribui para a felicidade, satisfação e positividade dos jovens de **São Paulo**, o que não acontece no total do **Brasil**. Portanto, os jovens de SP têm uma predisposição a acreditar que a realização de cursos é uma oportunidade a ser trilhada.

Esse jovem de São Paulo também difere do perfil dos jovens das demais cidades e zonas metropolitanas do Brasil em 3 (três) outros fatores:

- O jovem de São Paulo satisfeito com a vida tem um comportamento mais engajado, **participando de protestos - uma característica do jovem satisfeito de SP é ter participado de protestos, o que não aparece no jovem satisfeito brasileiro**
- Também, o jovem de São Paulo sente que **cumprir seus objetivos**, o que é também fator responsável por sua satisfação com a vida.
- **Adicionalmente, o jovem de São Paulo se preocupa com os outros, tendendo a oferecer apoio a alguém**, um fator que também contribui para torna-lo mais feliz, satisfeito e positivo diante da vida.



Por um consumo consciente

