

**UNIVERSIDADE MUNICIPAL DE SÃO CAETANO DO SUL
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
MESTRADO PROFISSIONAL INOVAÇÃO
NA COMUNICAÇÃO DE INTERESSE PÚBLICO**

Sílvia Carvalho da Conceição

**“DO LADO DE LÁ DA PISTA”: EMPREENDEDORISMO
DIGITAL DE JOVENS DE BAIXA RENDA DE PRAIA GRANDE
POR MEIO DAS LITERACIAS DE MÍDIA E INFORMAÇÃO**

São Caetano do Sul

2019

SÍLVIA CARVALHO DA CONCEIÇÃO

**“DO LADO DE LÁ DA PISTA”: EMPREENDEDORISMO
DIGITAL DE JOVENS DE BAIXA RENDA DE PRAIA GRANDE
POR MEIO DAS LITERACIAS DE MÍDIA E INFORMAÇÃO**

Trabalho de Conclusão apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação – Mestrado Profissional em Inovação na Comunicação de Interesse Público da Universidade Municipal de São Caetano do Sul, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Área de concentração: Inovação na gestão e produção da comunicação de interesse público.

Linha de Pesquisa: Produção e recepção da informação pública.

Orientador: Prof. Dr. Alan César Belo Angeluci.

São Caetano do Sul

2019

FICHA CATALOGRÁFICA

CONCEIÇÃO, Silvia Carvalho da

“Do lado de lá da pista”: Empreendedorismo digital de jovens de baixa renda de Praia Grande por meio das Literacias de Mídia e Informação / Silvia Carvalho da Conceição – São Caetano do Sul – USCS, 2019.

153f.

Orientador: Prof. Dr. Alan Cesar Belo Angeluci.
Dissertação (Mestrado) – USCS, Universidade Municipal de São Caetano do Sul, Programa de Mestrado em Comunicação, 2019.

1. Jovens de baixa renda 2. Literacias de Mídia e Informação
3. Pesquisa Participante 4. Webdocumentário Transmídia. I. ANGELUCI, Alan Cesar Belo. II. Universidade Municipal de São Caetano do Sul, Programa de Pós-Graduação em Comunicação. III Título.

REITOR DA UNIVERSIDADE MUNICIPAL DE SÃO CAETANO DO SUL

Prof. Dr. Marcos Sidnei Bassi

Pró-Reitora de Pós-Graduação e Pesquisa

Prof.^a Dr.^a Maria do Carmo Romeiro

Gestor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação

Prof. Dr. João Batista Cardoso

Silvia Carvalho da Conceição

**“DO LADO DE LÁ DA PISTA”: EMPREENDEDORISMO DIGITAL DE JOVENS DE
BAIXA RENDA DE PRAIA GRANDE POR MEIO DAS LITERACIAS DE MÍDIA E
INFORMAÇÃO**

Dissertação, apresentada à Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS), como parte das exigências para a obtenção do título de Mestre.

São Caetano do Sul, 20 de fevereiro de 2019.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Alan César Belo Angeluci
Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS)

Prof. Mauro de Souza Ventura
Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp)

Prof. Priscila Ferreira Perazzo
Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS)

AGRADECIMENTOS

À Universidade de São Caetano do Sul (USCS), à Prefeitura da Estância Balneária de Praia Grande, pelo convênio acordado para obtenção de desconto nas minhas mensalidades, e aos funcionários da Secretaria de Administração, pelo empenho na parceria com a Universidade.

Ao meu pai, José Oliveira da Conceição, *in memoriam*, por sempre incentivar meus estudos, por me apoiar nos momentos mais difíceis e por minha formação pessoal e profissional.

Agradeço, também, ao meu orientador, Alan César Belo Angeluci, por toda a paciência, dedicação, empenho e orientação na presente pesquisa e demais trabalhos apresentados ao longo do mestrado. Agradecida pelas correções necessárias, sem nunca me desmotivar.

À professora Priscila Perazzo, por seus ensinamentos.

Ao prefeito Alberto Pereira Mourão e à vice-prefeita, professora Maura Lígia Russo, pelas melhorias estruturais realizadas “Do lado de lá da Pista”, e por acreditarem que o ensino transforma a vida das pessoas.

À Lúcia Helena Lopes, por me ajudar na pré-correção dos textos, por seu carinho, amor e conselhos dados durante esse período.

À Luciana Valadão, Catiane Dantas, Claudia Monteiro, Alexandra e Kátia Giulietti por me darem apoio em um período tão difícil.

Aos professores Angelita, Cesar Rodrigues e Ana Muchio, por me incentivarem na continuação dos meus estudos.

À Sandra Palmieri, por ter acreditado e confiado em mim, na minha volta à Comunicação Pública.

Aos pais dos meus entrevistados, que me acolheram com muito amor.

Aos meus entrevistados, pelo carinho e preocupação com minha segurança, acompanhando-me até o ponto de ônibus e me deixando em lugar seguro.

Aos nordestinos que vieram para São Paulo, em especial para a Baixada Santista, e ajudaram a construir essa região.

À colônia japonesa, que me ajudou durante esta dissertação.

Ao Cláudio Fernandes, pelas conversas e caronas durante sua passagem pela universidade.

Desejo agradecer também aos meus colegas de mestrado, em especial à Regiane Bianchini, por sempre me motivar e me inspirar. A Sergio Correa, Ana Paula Oliveira, Sandra Cabral e Carolina Gois.

In memoriam, a todos aqueles que sempre me apoiaram nos estudos.

“O saber a gente aprende com os mestres e os livros.
A sabedoria se aprende é com a vida e com humildes.”.

Cora Coralina

RESUMO

A perpetuação da exclusão de jovens de baixa renda tem sido revisitada por diversos estudiosos do campo da comunicação digital, uma vez que o acesso e o uso de mídias digitais têm criado potenciais oportunidades de inserção de populações vulneráveis no mercado de trabalho, mesmo que informal. A sociedade contemporânea tem se estruturado na lógica da conectividade e mobilidade das redes e do trabalho colaborativo e virtual, abrindo caminhos para o desenvolvimento de novas fronteiras, sobretudo no campo do empreendedorismo digital – termo utilizado para designar oportunidades de trabalho e renda geradas por meio da *web* e das novas mídias. O desenvolvimento de Literacias de Mídia e Informação (*MIL*) – novas habilidades e competências significativas advindas da apropriação da *Internet* e do suporte digital – tem se revelado um importante componente para acesso aos padrões culturais e estatutos socioeconômicos por populações tradicionalmente desintegradas. Neste estudo, busca-se investigar como usos e apropriações de *MIL* têm gerado empreendedorismo digital entre jovens de baixa renda. Partindo da Pesquisa Participante, foi conduzido um estudo exploratório e qualitativo de um conjunto de relatos extraídos de cinco jovens moradores da periferia da cidade de Praia Grande, localizada no litoral do Estado de São Paulo, Brasil. Os dados, coletados a partir de entrevistas abertas gravadas em vídeo, e analisados a partir de técnicas de Análise de Conteúdo suportadas pelo *software ATLAS.ti*, revelam percepções sobre a apropriação digital de mídias e informação relacionadas, sobretudo, à aprendizagem das vias acesso aos meios de empreendedorismo por redes sociais e plataformas digitais com base no referencial de literacias de Eshet-Alkalai (2004). Como produto de intervenção resultante da pesquisa, foi gerada uma cartografia dos relatos a partir da criação de um webdocumentário transmídia desenvolvido a partir dos vídeos coletados, editados e cartografados via plataforma *Google My Maps*, chamado “Do Lado de Lá da Pista”, em referência à Via Expressa Sul, que separa os bairros periféricos da orla da cidade caiçara. Além de um produto de divulgação científica, espera-se que “Do Lado de Lá da Pista” preste um serviço de inovação na comunicação de interesse público ao disponibilizar uma plataforma interativa sobre o tema, com o potencial de se tornar um espaço futuro para construção coletiva de relatos de outros jovens de baixa renda sobre o empreendedorismo digital por meio de suas narrativas.

Palavras-chave: Jovens de baixa renda; Literacias de Mídia e Informação; Empreendedorismo Digital; Pesquisa Participante; Webdocumentário Transmídia.

ABSTRACT

The perpetuation of the exclusion of poor young people has been revisited by many scholars from the field of digital communication, since the access and the usage of digital media has created potential opportunities for the insertion of vulnerable social groups in the work market, even in informal circumstances. Contemporaneous society has been structured over the logics of net connectivity and mobility, as well as over virtual and collaborative labor, opening ways to the development of new frontiers, especially in the field of digital entrepreneurship – which means work opportunities generated by the web and new media. The development of Media and Information Literacies (MIL) – new competencies and skills coming from the appropriation of the web and any digital support – it has come up as an important component for accessing the cultural standards and socioeconomic levels of traditionally disintegrated populations. This study endeavors to investigate how MIL usage and appropriation has generated digital entrepreneurship by poor young individuals. Taking the cue of Participative Research, an exploratory and qualitative study of a number of testimonials given by five young residents in the periphery of the city of Praia Grande, in the coast of the state of Sao Paulo, Brazil. The data, collected from open interviews recorded on video and analyzed by content techniques of the ATLAS.ti software, show perceptions in relation to the appropriation of digital media and information, connected to the learning of the means of accessing digital entrepreneurship via social networks and digital platforms, based on the Eshet-Alkalai (2004) literacies. As a resulting product of intervention, the research generated a cartography of testimonials through the creation of a webdocumentary named “Do Lado de Lá da Pista” (The other side of the highway), as a reference to the highway Via Expressa Sul, separating the periphery areas of the Praia Grande coastal stretch, developed from the video data collected, edited and mapped via the platform Google My Maps. Besides being a product of scientific interest, it is hoped that “Do Lado de Lá da Pista” works as a new way of public communication, since a whole interactive platform about the topic is made available, with the potential of becoming a future space for the collective building of other young poor people testimonials about digital entrepreneurship and their narratives.

Key words: Poor young people; Media and Information Literacies; Digital entrepreneurship; Participative Research; Transmedia Webdocumentary.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	Fluxograma do percurso metodológico.....	39
Figura 2	Fluxograma do detalhamento da análise de conteúdo.....	62
Figura 3	Lista de códigos associados nas entrevistas.....	66
Figura 4	Agrupamento por categorias.....	67
Figura 5	Fotografia de jovem manuseando o <i>smartphone</i> durante a entrevista.....	70
Figura 6	Desdobramentos dos relatos sobre as <i>MIL</i> , para aprendizagem.....	71
Figura 7	Desdobramentos dos relatos sobre as <i>MIL</i> , literacia foto-visual para a aprendizagem.....	72
Figura 8	Desdobramentos da literacia hipermídia para aprendizagem.....	74
Figura 9	Desdobramentos da literacia de reprodução para a aprendizagem.....	75
Figura 10	Fotografia de jovem realizando <i>live</i>	76
Figura 11	Desdobramentos da literacia de informação para aprendizagem.....	77
Figura 12	Desdobramentos da literacia socioemocional para a aprendizagem.....	78
Figura 13	Desdobramentos das literacias para o empreendedorismo digital.....	80
Figura 14	Desdobramentos das literacias foto-visual para o empreendedorismo digital.....	81
Figura 15	Desdobramentos das literacias pensamento hipermídia para o empreendedorismo digital.....	83
Figura 16	Desdobramentos da literacia de reprodução para o empreendedorismo digital.....	84
Figura 17	Desdobramentos das literacias informação para o empreendedorismo digital.....	85
Figura 18	Desdobramentos das literacias socioemocional para o empreendedorismo digital.....	86
Figura 19	Desdobramentos da literacia foto-visual para inclusão e exclusão digital.....	87
Figura 20	Desdobramentos da literacia do pensamento de hipermídia para inclusão e exclusão digital.....	89
Figura 21	Desdobramentos da literacia reprodução para inclusão e exclusão digital.....	90
Figura 22	Desdobramentos literacia socioemocional para inclusão e exclusão digital.....	92
Figura 23	Proposta para de ensino para os sujeitos pesquisados.....	95
Figura 24	<i>Google Maps</i> dos jovens empreendedores de Praia Grande.....	95
Figura 25	Canal do <i>YouTube</i> intitulado “Do lado de lá PG”.....	95
Figura 26	<i>Google My Maps</i>	95
Figura 27	<i>Google My Maps</i> mostrando a geolocalização dos sujeitos pesquisados.....	95
Figura 28	Utilização de <i>YouTube</i> para aprendizagem de edição de vídeos no <i>Sony Vegas</i> ..	102
Figura 29	<i>Edição de vídeo no Sony Vegas</i>	102

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	Critério de Classificação Econômica do Brasil.....	36
Tabela 2	Representatividade dos dados coletados	66

LISTA DE QUADROS

Quadro 1	Entrevista para a coleta de dados.....	64
Quadro 2	Ocorrência das palavras-chave nas entrevistas.....	65

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABEP	Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa
AC	Análise de Conteúdo
BID	Banco Interamericano de Desenvolvimento
Cetic	Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação sob os auspícios da UNESCO
CMC	Comunicação mediada por computadores
CNPJ	Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IPAT	Instituto de Pesquisa A Tribuna
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
IRCD	Centro de Pesquisa para o Desenvolvimento Internacional
MIL	Literacias de Mídia e Informação
ONGs	Organizações Não Governamentais
ONU	Organização das Nações Unidas
SIS	Síntese de Indicadores Sociais
TIC Domicílios	Tecnologias da Informação e da Comunicação
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD)
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
UNFPA	Fundação de População Nações Unidas
URL	Uniform Resource Locator
USCS	Universidade Municipal de São Caetano do Sul

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	31
1.1 Origem do estudo	31
1.2 Problematização e pergunta-problema	32
1.3 Objetivos	34
1.3.1 Objetivo geral	34
1.3.2 Objetivos específicos.....	34
1.4 Justificativa	34
1.5 Delimitação do tema	37
1.6 Metodologia: abordagem e percurso	38
1.7 Vínculos com a área de concentração e linha de pesquisa	39
1.8 <i>Locus</i> da pesquisa.....	40
1.8.1 Uma cidade dividida.....	41
1.8.2 A cidade e os jovens.....	42
1.9 Resumo dos capítulos.....	43
2 EIXOS TEÓRICOS	45
2.1 Cultura e comportamento digital.....	45
2.2 Os nativos digitais e os jovens de baixa renda.....	46
2.3 Literacia de mídia e informação.....	48
2.3.1 A literacia digital pela ótica de Eshet-Alkalai.....	51
2.3.1.1 <i>Literacia foto-visual</i>	51
2.3.1.2 <i>Literacia de reprodução</i>	52
2.3.1.3 <i>Literatura do pensamento de hipermídia (não linear)</i>	52
2.3.1.4 <i>Literacia da informação</i>	53
2.3.1.5 <i>Literacia socioemocional</i>	53
2.4 Empreendedorismo digital	53
3 PROCEDIMENTO METODOLÓGICO	57
3.1 Metodologia de pesquisa participante	57
3.1.1 A entrevista aberta.....	59
3.1.2 Os sujeitos da pesquisa.....	60
3.2 A análise de conteúdo de Bardin.....	61

3.3 Procedimentos para coleta de dados	62
3.4 Análise de dados	64
3.5 Definição das categorias e regras por representatividade.....	66
4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	69
4.1 O uso e aprendizagem na <i>web</i>	69
4.1.1 Literacia foto-visual para a aprendizagem não formal	71
4.1.2 Literacia do pensamento hipermídia para a aprendizagem.....	73
4.1.3 Literacia de reprodução para a aprendizagem	74
4.1.4 Literacia de informação para a aprendizagem não formal.....	77
4.1.5 Literacia socioemocional para aprendizagem.....	78
4.2 Habilidades e competências para o empreendedorismo digital.....	79
4.2.1 Literacia foto-visual para o empreendedorismo digital	80
4.2.2 Literacia de hipermídia para o empreendedorismo digital	82
4.2.3 Literacia reprodução para empreendedorismo digital	83
4.2.4 Literacia da informação para empreendedorismo digital	85
4.2.5 Literacia socioemocional para empreendedorismo digital	85
4.3 Inclusão e exclusão digital.....	86
4.3.1 Literacia foto-visual para a inclusão e exclusão digital.....	87
4.3.2 Literacia de hipermídia para a inclusão e exclusão digital	88
4.3.3 Literacia de reprodução para inclusão e exclusão social	90
4.3.4 Literacia da informação para inclusão e exclusão social.....	91
4.3.5 Literacia socioemocional para inclusão e exclusão social.....	92
4.4 Contribuições para compreensão dos resultados	93
5 PRODUTO.....	96
REFERÊNCIAS.....	107
APÊNDICES.....	117
Apêndice A – Entrevista com a confeitadeira	117
Apêndice B – Entrevista com o multitarefas	131
Apêndice C – Entrevista com a manicure.....	141
Apêndice D – Entrevista com a cantora de <i>rap gospel</i>	149
Apêndice E – Entrevista com a <i>designer</i> de sobancelhas e maquiadora.....	158
ANEXOS.....	168

Anexo A – Guia Turístico de Praia Grande (2018).....	168
Anexo B – Mapa de Praia Grande - Foto da Via Expressa Sul.....	169

1 INTRODUÇÃO

1.1 Origem do estudo

Formada em Comunicação Social e com habilitação em Jornalismo, sempre acreditei que a função do jornalista em uma sociedade é dar voz a quem não a possui. Tive o privilégio de fazer isso durante o tempo em que fui voluntária em organizações não governamentais (ONGs), auxiliando a comunicação de pessoas de baixa renda por meio das redes sociais. A chegada dessas mídias facilitou a troca entre o emissor e o receptor, já que antes era necessário um suporte impresso para que entidades sem fins lucrativas, de classe e movimentos sociais, entre outras organizações coletivas, pudessem se expressar.

A comunicação a partir das redes sociais facilitou meu trabalho como voluntária nas ONGs, já que não era preciso gastar tanto dinheiro na produção de boletins e jornais impressos. Ao mesmo tempo em que realizava essa atividade, também entrei para o serviço público e comecei a ter contato com jovens de baixa renda na região de Praia Grande. Eles sempre me procuravam para conversar sobre cursos e trabalho.

Em 2013, ao integrar a Assessoria de Imprensa da Prefeitura de Praia Grande, assumi a conta da então Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Trabalho. Por esse motivo, conheci empreendedores da cidade e passei a pesquisar sobre empreendedorismo durante as reportagens produzidas para a pasta, ao mesmo tempo em que comecei a me questionar sobre o tema no município. Acabei assumindo a pasta da Subsecretaria de Assuntos da Juventude, o que me levou a perceber que jovens de baixa renda buscam aprender algum ofício para ganhar dinheiro.

O empreendedorismo digital emergiu na primeira década deste século. Embora exista um ecossistema digital, o capitalismo continua cada vez mais presente nesse período, visando o lucro, o aumento do capital dos dominantes sobre os dominados, e o controle dos meios de produção e circulação. Por sua vez, os jovens de baixa renda se apropriaram das técnicas do ecossistema digital, como o grupismo, que serão apresentadas posteriormente, para se manterem no mercado de trabalho.

Nesse contexto, acompanhei o surgimento das novas mídias que possibilitaram inovações nas formas de aprendizado não formal. De fato, é necessário entender o comportamento dos indivíduos em seus usos e apropriações nas redes sociais, que podem revelar um conjunto de novas competências e habilidades adquiridas e possibilitar o desenvolvimento de um conjunto de potenciais oportunidades de empreendedorismo.

Esse tipo de comportamento tem se destacado, sobretudo, junto à segunda geração de nativos digitais que, nos termos de Prensky (2001), são os jovens nascidos a partir da década de 80 do século XX. Por serem mais receptivos, têm uma tendência de adesão maior aos processos de obtenção de conhecimentos pelas novas mídias, potencializando os efeitos das redes de compartilhamento de dados e informações que circulam abundantemente na *web*.

1.2 Problematização e pergunta-problema

A partir deste cenário de cultura digital, esta pesquisa centra-se na influência das novas mídias na construção de conhecimentos adquiridos de maneiras não formais pelos indivíduos. Como alertam Tapscott e William (2008), a *Internet* pode ser vista como uma grande biblioteca; todavia, no mundo contemporâneo, os atores sociais são pessoas comuns que constroem seus conhecimentos em colaboração para que outros atores, consumidores e produtores, possam construir seus repertórios.

No entanto, é preciso lembrar que, para além de uma visão romântica da *web* que existiu no final dos anos 1990 e início dos anos 2000, existe atualmente um plano de exploração dos dados dos usuários por empresas como o *Google*, desenvolvida a partir de algoritmos agrupados e estruturados na ferramenta de busca, com a meta de indexar e organizar os conteúdos que são oferecidos na *web*. Dessa mesma forma, *Facebook*, *Twitter* e *YouTube* também desenvolveram uma programação embasada na recomendação e rastreamento do usuário (PARISER, 2011).

Aparentemente, essas empresas oferecem acesso gratuito ao usuário, desde que ele realize um cadastro para fazer parte da rede. Desta maneira, tais corporações passam a captar informações dos usuários e oferecerem conteúdo segmentado. De acordo com Anderson (2006), essa segmentação permite que um produto de nicho seja filtrado através de uma lógica de programação e alcance o consumidor interessado nele. Partindo desse princípio de identificações de padrões, chega-se ao que foi denominado como customização ou personalização.

Por outro lado, é preciso enfatizar que a *Internet* também reconfigurou o formato da comunicação de massa do século XX, já que até então a indústria da mídia era intermediária entre a audiência e instituições sociais (CASTELLS, 1999a). A mídia ainda emite uma mensagem padronizada, entretanto, agora os receptores também passam a produzir seus próprios conteúdos. Atualmente, a comunicação interpessoal é interativa, feita através da Comunicação Mediada por Computadores (CMC), sendo a *Internet* uma espinha dorsal dessa comunicação, conforme denominou Castells (1999a). Porém, a grande mídia ainda é

dominante no aspecto de transmissão de conteúdo, uma vez que os pequenos grupos são detentores das plataformas digitais.

Nesse ambiente virtual, no qual se constituem as redes sociais digitais, os indivíduos se ajudam possibilitando novas formas de desenvolvimento, tanto na área educacional quanto profissional, além de novas formas de olhares sobre o cotidiano do cidadão. É neste momento que pesquisadores como Livingstone (2011), Lopes (2011) e Helsper (2013) se voltam para estudar as *Media and Information Literacy (MIL)* e como os indivíduos assimilam esse tipo de aprendizado fora dos bancos escolares. As *MIL* tratam das habilidades e competências que um sujeito tem ou desenvolve para poder aprender, compartilhar e ensinar a outros atores.

A presente análise busca relativizar as apropriações das *MIL* e empreendedorismo digital de jovens em situação de pobreza e exclusão que se destacam dentro de suas comunidades. Neste contexto, é relevante entender que o barateamento dos aparelhos tecnológicos, a partir dos anos 2000 (PASSARELLI; JUNQUEIRA; ANGELUCI, 2014), possibilitou aos de baixa renda adquirir um aparelho que os conectassem a *web*. Entretanto, é preciso lembrar que parte da população brasileira ainda não tem acesso às novas mídias e aos aparelhos tecnológicos (CETIC, 2018). Esses aparatos tecnológicos, como o celular, despertam grande interesse nos jovens (HELSPER, 2013; LIVINGSTONE, 2011). Apesar dos jovens de baixa renda terem acesso aos equipamentos tecnológicos, eles têm uma conexão 3G ou 4G (TIC DOMICÍLIOS, 2017), já que a banda larga não é acessível para uma população que vive com menos de um salário mínimo (IBGE, 2018).

Alguns jovens têm interesse em ser donos do seu próprio negócio (CANCLINI, 2013), construindo uma carreira sólida a longo e médio prazo, e usam a *web* para desenvolver conteúdo digital, vendendo itens em plataformas de comércio eletrônico, nas redes sociais e até mesmo por aplicativos. Grande parte dos jovens empreendedores digitais não associa o empreendedorismo à criação de um Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ). No entanto, esses jovens utilizam a *web* como forma de sobrevivência e na criação de uma ocupação que lhes gere bens e novos saberes (FUNDAÇÃO TELEFÔNICA, 2016).

A presente pesquisa observou alguns sujeitos que moram nos bairros considerados periféricos da cidade de Praia Grande, buscando entender como os atores juvenis utilizam ou não as *MIL* para seu aprendizado e empreendedorismo digital, e como driblam as dificuldades econômicas e sociais dessas localidades. Dessa forma, a dissertação busca responder à seguinte pergunta-problema: Como e de que forma as Literacias de Mídia e Informação (*MIL*) dão suporte ao empreendedorismo digital de jovens de baixa renda?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo geral

Identificar usos e apropriações de *MIL* por parte dos jovens de baixa renda em situações de empreendedorismo digital, para saber se os mesmos dão suporte aos jovens de baixa renda.

1.3.2 Objetivos específicos

- Descrever os modos que as *MIL* se manifestam entre os jovens de baixa renda no uso de novas mídias;
- Identificar características do uso de literacias de mídia e informação em iniciativas de empreendedorismo digital;
- Cartografar um conjunto de relatos sobre as competências e habilidades digitais de jovens de baixa renda empreendedores em Praia Grande/SP, gerando um webdocumentário como produto.

1.4 Justificativa

As novas mídias proporcionaram o surgimento de atores midiáticos, como os *youtubers*, *blogueiros*, *instagramers*. Parte deles acaba oferecendo um conteúdo segmentado, e nesse nicho (ANDERSON, 2006) emergem conteúdos, fazendo com que os usuários aprendam novas ocupações, como edição de vídeos, maquiagem, e até receitas de bolos. No mundo dos midiáticos, como diria Hepp (2014), os *youtubers* transmitem informações e alguns conhecimentos.

Decerto que a *web* proporcionou ao usuário a criação de novos conteúdos, antes controlados pela grande mídia (CASTELLS, 1999a; RÜDIGER, 2013). Agora, qualquer indivíduo que tenha acesso à *web* também pode ser um produtor de conteúdo. Desta forma, nessa nova fase dos meios de comunicação, o homem produziu mais conteúdo do que todas as sociedades anteriores.

Rüdiger (2013) analisa o funcionamento da sociedade em rede. “O homem ficará livre para se apropriar individualmente de toda riqueza coletiva e será o que quiser, quando se relacionar com as atividades produtivas apenas como regulador e comandante” (RÜDIGER, 2013, p. 92). Porém, vale ressaltar que ainda existe uma indústria por trás da *web* e que o homem não se mantém como regulador e comandante, ele apenas cria conteúdos, mas se mantém preso à grande mídia.

Para justificar as dificuldades que algumas camadas culturais e sociais enfrentam nessa nova era, recorremos a alguns autores estudiosos do tema. Canclini (2013) analisa a situação de parte da juventude em um mundo sem emprego, apenas com trabalho. Aos jovens a *Internet* tem sido de grande valia, uma vez que, em um mundo sem emprego, alguns jovens utilizam dos seus conhecimentos para encontrar modalidades informais de trabalho. Desta maneira, os jovens utilizam a *Internet* para aprender novas ocupações. Nessa mesma linha, Rüdiger (2013) propõe que a tecnologia será a referência para que se desenvolva um mundo social histórico em favor da religião, da política, da educação, entre outros.

Para essa análise, optou-se por usar a expressão "jovem/jovens de baixa renda", para alinhar-se às classificações de institutos de pesquisas clássicos, como o IBGE. Segundo dados recentes do IBGE (2018), a população pobre no Brasil aumentou. O Índice de Tabela SIS (IBGE, 2018) verificou o tema pobreza analisando diferentes medidas que apontaram um aumento de pobreza no país entre os anos 2016 e 2017. A linha de pobreza sugerida pelo Banco Mundial é de US\$ 5,5 por dia, cerca de R\$ 406 por mês. Em 2016, o número de pessoas de baixa renda no Brasil correspondia a 25,7% da população, aumentando para 26,5% em 2017. Tendo em vista que a população brasileira era composta por 209,3 milhões de pessoas em 2017 (IBGE, 2018), o número de brasileiros em situação de pobreza subiu de 52,8 milhões para 54,8 milhões de indivíduos nesse período.

Desta forma, o desemprego atingiu fortemente os jovens – são 7.115.000 pessoas de 14 a 29 anos desocupadas (IBGE, 2018), ou seja, 26,6% do total da população e o dobro da taxa em relação à população brasileira em geral. Por outro lado, em 2017 o trabalho informal aumentou em 37,3%, o que representa, em números, cerca de 40,8% da população ocupada, ou dois em cada cinco trabalhadores brasileiros no país. Em 2014 esse contingente representava 39,1% da população ocupada.

Esse fato pode estar atrelado à falta de qualidade de educação. Isso porque, segundo levantamento do IPEA (2018) em parceria com a *Fundación Espacio Público*, do Chile, o Centro de Pesquisa para o Desenvolvimento Internacional (IRDC) do Canadá e o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), os jovens brasileiros tiveram o pior desempenho entre os estudantes da América Latina e do Caribe em habilidades cognitivas e técnicas.

O IBGE (2018) não define a classe, e sim a renda *per capita*. A divisão da população brasileira em classes tem como base o Critério de Classificação Econômica do Brasil, e esse levantamento é realizado pela Associação Brasileira de Estudos Populacionais (ABEP, 2018), que classificou com estimativa de renda:

Tabela 1 – Critério de Classificação Econômica do Brasil

Estrato Sócio Econômico	Renda Média Domiciliar
A	23.345,11
B1	10.386,52
B2	5.363,19
C1	2.965,69
C2	1.691,44
D-E	708,19

Fonte: ABEP (2018).

A ABEP (2018) utiliza os valores da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua Trimestral (PNADC) de 2017 (IBGE, 2017) com base em perguntas realizadas direcionadas à renda da população, obtidas de amostras de pesquisas, mídia e opinião. São realizadas perguntas referentes ao número de eletrodomésticos, escolaridade, saneamento básico, empregados, quantidade de residências e cômodos existentes, além de veículos automotores.

Assim, é importante compreender o que ocorreu no país nos últimos anos: o aumento da *Internet* nas residências, isso porque, atualmente, cerca de 42,1 milhões de domicílios têm acesso à *Internet* (TIC DOMICÍLIOS, 2017). O relatório indica que as camadas mais populares passaram não só a ter equipamentos tecnológicos, mas também a dispor de uma conexão para acessar a *web*. De fato, a população de baixa renda passou a acessar a *Internet* devido ao barateamento dos dispositivos tecnológicos (PASSARELLI; JUNQUEIRA; ANGELUCI, 2014), da mesma forma ou quase como as camadas da elite. Mesmo assim, parte dos domicílios não possui a *web*, por considerar um custo muito alto no orçamento familiar (TIC DOMICÍLIOS, 2017).

Trazendo a análise para o foco dos jovens praia-grandenses, descobrimos empreendedores digitais que vêm se destacando pelas habilidades e competências em apreender pelas redes sociais (LIVINGSTONE, 2011). A partir desse foco, a pesquisa visa contribuir na construção de novos olhares sobre a juventude de baixa renda de Praia Grande, buscando o respeito e a promoção dos direitos fundamentais do indivíduo e da coletividade,

como preconiza o Estatuto da Juventude (BRASIL, 2013) e a Declaração dos Direitos Humanos (ONU, 2009).

Este trabalho também se justifica pelo vínculo com o Grupo de Pesquisa *Smart Media & Users*, da Universidade de São Caetano do Sul (USCS), liderado pelo professor Alan César Belo Angeluci. Cabe ainda uma ressalva para a presente análise, uma vez que há uma demanda latente de pesquisa científica em língua portuguesa que relacione os termos: empreendedorismo digital, *MIL* e os jovens em situação de pobreza que são empreendedores na *web*.

1.5 Delimitação do tema

Considerando que o jovem de baixa renda pode praticar mais facilmente o empreendedorismo por meios das redes sociais (FUNDAÇÃO TELEFÔNICA, 2016), faz-se necessário esclarecer por que esta análise tem como foco central os jovens de Praia Grande (SP), na faixa entre 18 e 27 anos, que moram em regiões periféricas da cidade e que se apropriam e utilizam das *MIL* para empreender digitalmente.

A Fundação da População das Nações Unidas conceitua como juventude “a fase de vida situada entre a infância e a idade adulta” (UNVPA, 2010, p. 5). A Organização das Nações Unidas (ONU) estabelece como jovem o indivíduo que tem entre 15 a 24 anos (UNVPA, 2010). No entanto, de acordo com a própria ONU, tal definição pode variar de país para país. No Brasil, de acordo com o Estatuto da Juventude, “são consideradas jovens as pessoas com idade de 15 a 29 anos” (BRASIL, 2013). Nessa etapa, o jovem ainda está adquirindo responsabilidades, habilidades, buscando uma identidade e traçando metas para seu futuro. O Estatuto da Juventude (BRASIL, 2013) ainda não foi regulamentado, mas aponta as políticas públicas de juventude, que, entre elas, estão:

A promoção da autonomia e emancipação dos jovens; valorização e participação social e política de forma direta e por meio de suas representações; promoção à criatividade e da participação no desenvolvimento no País; reconhecimentos dos jovens como cidadãos de direitos universais, geracionais e singulares, promoção do bem-estar, da experimentação e do desenvolvimento integral do jovem; respeito à identidade e à diversidade cultural e coletiva da juventude; promoção da vida segura, da cultura da paz, da solidariedade e da não discriminação e valorização do diálogo e convívio do jovem com as demais gerações (BRASIL, 2013).

Nesse sentido, os jovens brasileiros de hoje passam a ter seu próprio estatuto e podem reivindicar seus direitos, preservados no que tange à questão da profissionalização, diversidade e igualdade, saúde, cultura, comunicação e liberdade de expressão, desporto e

lazer, território e mobilidade, sustentabilidade e meio ambiente, a segurança pública e ao acesso à justiça. O Estatuto da Juventude (BRASIL, 2013) auxilia os jovens na busca pela formação de uma identidade, na inclusão social e no desenvolvimento da autonomia.

Em termos de educação e inclusão social, os jovens brasileiros passam muito mais tempo na escola do que as gerações anteriores. De acordo com os dados da Secretaria da Juventude (AGENDA JUVENTUDE BRASIL, 2014), eles valorizam a escola e buscam continuar estudando, tanto no que diz respeito à formação para o trabalho, quanto para a formação universitária. Cerca de 70 % dos jovens brasileiros com idade entre 18 a 24 anos estão à procura de um trabalho ou estão trabalhando, sendo que metade deles entra no mercado de trabalho com a ajuda dos amigos. Dessa forma, a juventude que mantém um *networking* assimila mais rapidamente o uso das novas mídias, um espaço para circulação da informação e para o exercício da comunicação. Cerca de 56% dos jovens se informam sobre o que acontece no país e no mundo por meio da *web* e 89% dos jovens brasileiros têm celulares – deste total, 66% utilizam o equipamento para entrar em *sites* de relacionamento, conhecer pessoas e bater papo (AGENDA JUVENTUDE BRASIL, 2014).

Praia Grande, segundo dados do IBGE (2018), é a cidade que mais cresce na Baixada Santista, e aponta bons indicadores econômicos, com um futuro promissor para novos negócios tanto na construção civil, serviços, comércio, indústria e também para o turismo, tão peculiar na cidade (PRAIA GRANDE, 2018). O município é o 4º do Brasil mais procurado pelos turistas durante a temporada de verão (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2017).

Apesar de ser tão procurada pelos turistas, Praia Grande ainda tem alguns gargalos que precisam ser estudados. Os jovens da cidade têm baixa escolaridade e ganham menos de um salário mínimo por mês. O mercado que foi desenvolvido na cidade procura por mão de obra barata e 74% dos jovens da cidade não contam com qualquer tipo de formação profissional (PREFEITURA DA PRAIA GRANDE, 2013). Assim, a maneira como a análise está delimitada pode ilustrar como os jovens empreendedores digitais (trabalhadores informais) estão utilizando as redes sociais na aprendizagem de novos ofícios.

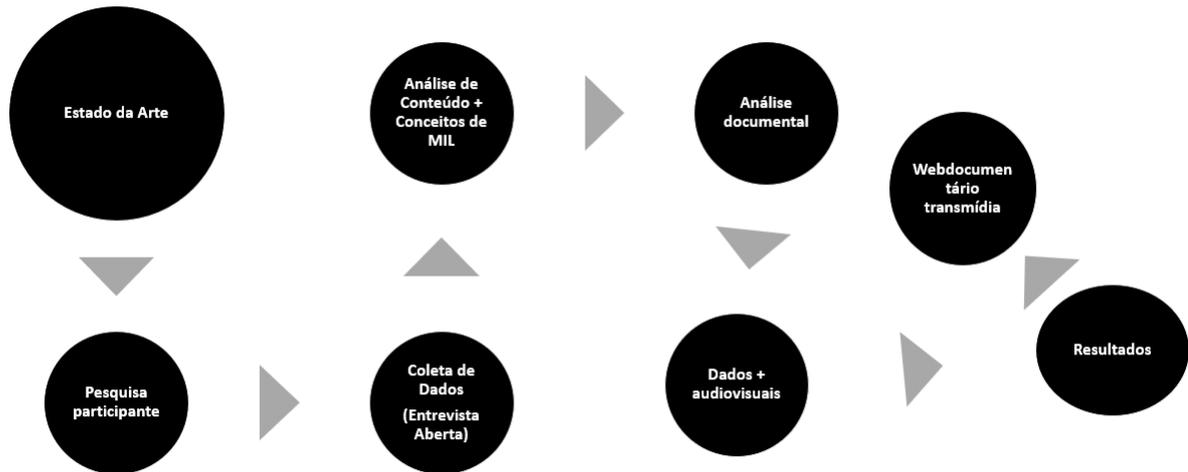
1.6 Metodologia: abordagem e percurso

Para o trabalho proposto foi desenhado um caminho metodológico de cunho qualitativo, embasado numa revisão de literatura que envolve tópicos como comportamento comunicacional, nativo digital, empreendedorismo, sempre elucidado pelas Literacias de Mídia e Informação (MIL) com foco de análise no modelo de literacias de Eshet-Alkalai (2004). Para a pesquisa participante, empregou-se como instrumento de coleta de dados a

entrevista aberta e, para análise de conteúdo, foi utilizada a técnica de Bardin (2011). Os sujeitos foram escolhidos por meio de amostra de acessibilidade ou conveniência (GIL, 2008).

Como produto derivado da pesquisa, ainda foi realizado um mapeamento cartográfico dos relatos dos sujeitos da pesquisa gravados em vídeo, localizados dentro da plataforma *Google Maps* (2018) e estruturados sob a forma de um webdocumentário.

Figura 1 – Fluxograma do percurso metodológico



Fonte: Autora (2019).

1.7 Vínculos com a área de concentração e linha de pesquisa

Este estudo está vinculado à linha 2, intitulada “Produção e Recepção da Informação Pública”, na área Inovação na Gestão e Produção da Comunicação de Interesse Público do Mestrado Profissional em Comunicação da Universidade de São Caetano do Sul (USCS). A área de concentração prima pelos estudos que investigam a comunicação, atendendo ao interesse público e à inovação, atuando ou fazendo intervenções dentro de grupos ou da sociedade.

A análise aproxima-se do interesse público (MCQUAIL, 2012) ao estudar a parte da juventude empreendedora e de baixa renda (BOURDIEU, 2001), os seus usos das tecnologias da mídia e da comunicação, além de gerar uma intervenção por meio do mapeamento destes jovens. A investigação foca jovens empreendedores digitais de Praia Grande que aprenderam um ofício e/ou empreendem por meio da Literacias de Mídia e Informação.

Todavia, é preciso ressaltar que o estudo está limitado a *MIL* para a aprendizagem de um ofício, de modo que não serão esquecidos os sistemas de socialização por meio do

*networking*¹, e é por esse *corpus* que o interesse público permeia. McQuail (2012) sugere que na “sociedade da informação” (CASTELL, 1999) o termo “interesse público” pode ser usado provisoriamente para “se referir ao complexo suposto benefícios informativos, culturais e sociais, a sociedade como um todo, que vai além dos interesses particulares e individuais daqueles que participam da comunicação pública, seja como emissora ou como receptor” (MCQUAIL, 2012, p.18). O autor salienta, também, que os meios de comunicação supõem ao público que estão realizando um trabalho a serviço da comunidade.

De fato, a *Internet* pode trazer benefícios aos cidadãos da classe trabalhadora. Não obstante, é preciso compreender a ideia de comunicação como bem deve ser amplamente discutida, uma vez que os dominantes é que produzem o conteúdo para classe dominada. Mesmo na era da sociedade da informação ainda existem dominados e dominantes – por ora, é dominante aquele que produz, e dominado aquele que recebe a mensagem (MCQUAIL, 2012; BOURDIEU, 2001; HOGGART, 1973). Ainda na questão do interesse público, Marques e Martino (2011) sugerem que nas “sociedades contemporâneas deve-se levar em conta o modo como os sujeitos debatem, dialogam e negociam as suas diferenças, interesses, pontos de vista e necessidades” (MARQUES; MARTINO, 2011, p. 817).

1.8 Locus da pesquisa

A cidade de Praia Grande está situada a 77 km da capital paulista. A população estimada pelo IBGE (2017) é de 310 mil moradores. A cidade é bastante nova e tem apenas 52 anos de emancipação político administrativa. Antes, o território pertencia à prefeitura de São Vicente, mas a história de Praia Grande não se resume à emancipação, pois é anterior à colonização, quando habitavam povos no município há cerca de 6 a 7 mil anos (SIQUEIRA; CALIS; SILVA, 2002).

Quando os portugueses chegaram a São Vicente, em 1532, para começar o processo de colonização, encontram em Praia Grande povos indígenas das línguas Tupi, como os Tupinambás, os Tupiniquins e os Carijós, que morreram nas guerras durante a escravidão indígena e por doenças trazidas pelos estrangeiros (RIBEIRO, 1995).

Siqueira, Calis e Silva (2002) sugerem que os índios que viviam na cidade deixaram algumas heranças, como, por exemplo, a prática de comer tapioca. Após esse período,

¹ *Networking* – Elementos que conhecem outra pessoa e mantém um relacionamento pessoal, profissional e comercial entre eles. Pessoas que um indivíduo conhece e os relacionamentos pessoais, comerciais e profissionais que mantém com ela.

passaram a habitar em terras brasileiras os negros trazidos para serem escravos no país. Os escravos ajudaram na plantação de cana-de-açúcar, milho, feijão, batata-doce, abacaxi, pimenta, tomate, laranja e café. Atualmente, Praia Grande é considerada uma cidade urbana sem sítios e pequenos engenhos. Alguns deles deram nomes aos bairros da cidade.

1.8.1 Uma cidade dividida

A partir dos anos de 1960, a população praia-grandense estava incomodada com o desprezo e esquecimento das autoridades vicentinas (SIQUEIRA; CALIS; SILVA, 2002). Esse cenário deu voz aos movimentos pela emancipação político administrativa. Em 1953, Júlio Secco de Carvalho tentou transformar o Solemar, o último bairro da cidade, em distrito, mas o movimento não obteve sucesso (SIQUEIRA; CALIS; SILVA, 2002).

De fato, cinco anos mais tarde, o vereador Oswaldo Toschi (SIQUEIRA; CALIS; SILVA, 2002) coordenou a Comissão Pró-desmembramento de Praia Grande, porém, foi mais uma tentativa que não deu certo. Por outro lado, o vereador conseguiu mobilizar a população para iniciar a emancipação político administrativa. Em 1962, Grimaldi Milani liderou um novo movimento que culminou em um plebiscito, ocorrido no dia 8 de dezembro de 1963, quando os eleitores praia-grandenses votaram a favor da separação. Desse modo, começou a emergir uma nova cidade, e o povo que nela habitavaurgia por autonomia (SIQUEIRA; CALIS; SILVA, 2002).

Dois anos depois do plebiscito, os praia-grandenses que não estavam adormecidos voltaram a lutar pela autonomia do município e, dessa vez, o movimento foi liderado por Paschoalino Borrelli, que realizou diversos recursos pedindo a autonomia da cidade. Nessa ocasião, alguns deputados se sensibilizaram pela causa e acataram ao pedido, conseguindo que a Assembleia Legislativa reconhecesse os anseios dos moradores de Praia Grande. A ação resultou no reconhecimento da cidade como território autônomo pelo Supremo Tribunal Federal e as duas cidades foram desmembradas (SIQUEIRA; CALIS; SILVA, 2002).

Segundo Siqueira, Calis e Silva (2002), a data oficial de emancipação político administrativa é de 19 de janeiro de 1967. Nicolau Paal assume como interventor municipal, nomeado pelo presidente Castelo Branco, e a prefeitura da cidade é instalada provisoriamente no Ocian Praia Grande, no Bairro Ocian. Nesse período, foi desenvolvido o primeiro código de posturas da cidade (PRAIA GRANDE, 1968), que dividiu a cidade em zonas residenciais, comerciais e mistas.

No entanto, o documento desintegrou uma parte da cidade e a população sentiu-se excluída. A cidade então ficou dividida entre o lado praia e lado morro (Anexos A e B). Do lado da pista não foi permitida a construção de edifícios ou casas com mais de quatro pavimentos ou 13 metros, e as construções consideradas econômicas foram limitadas a dois pavimentos de até 7m, diferente da segunda zona, que podia ter habitações com o dobro de pavimentos. Assim, a Terceira Zona Residencial ganhou características de bairro da classe trabalhadora. Ao longo de 29 anos, essa zona não recebeu melhorias, como esgoto e asfalto, e apenas em 1993 toda a cidade começou a receber infraestrutura (PREFEITURA DA PRAIA GRANDE, 2013).

Vinte e três anos depois, a administração municipal realizou reuniões com a população para construir um novo Plano Diretor do Município (PREFEITURA DA PRAIA GRANDE, 2016), e dividiu novamente a cidade em áreas residencial, comercial, mista, de preservação e retro portuária. Mesmo com essa nova divisão, a cidade continuou dividida, uma vez que a pista de acesso do lado morro (periferia) até a praia tem de ser realizada por meio da Via Expressa Sul (antiga pista). Parte da população praia-grandense ainda continua chamando os bairros mais periféricos de “do lado de lá da pista”, fazendo alusão à Via Expressa Sul que separa os bairros periféricos da orla da cidade. É nesse local que está a maioria dos moradores da cidade, com mais de 150 mil habitantes (PREFEITURA DA PRAIA GRANDE, 2012).

O setor é formado por uma população das classes C e D, consideradas de baixa renda, e está dividido em 19 bairros. Essa população aparentemente tem menos recursos, menos acesso à cultura, ao esporte e ao lazer, e parte dessa população encontra uma barreira para se inserir na sociedade, ao contrário das classes A e B.

1.8.2 A cidade e os jovens

No ano de 2013 foi realizada uma pesquisa em Praia Grande para fazer um Mapa da Juventude da cidade. Na análise (PREFEITURA DA PRAIA GRANDE, 2013), verificou-se que 68% dos entrevistados brancos não estudaram, contra 78% dos entrevistados negros. Cerca de 74% dos jovens praia-grandenses de baixa renda não tinham formação profissional. A baixa escolaridade reflete-se nos obstáculos que esses jovens enfrentam para se inserir no mercado, uma vez que a remuneração dessa população de 15 a 24 anos gira em torno de até dois salários mínimos por mês. O documento (PREFEITURA DA PRAIA GRANDE, 2013) também aponta que 21% dos jovens que têm entre 15 e 29 anos vivem com meio salário mínimo.

No que abarca a questão da juventude pobre e a vulnerável, o Instituto de Pesquisa A Tribuna (IPAT) (2017) realizou uma pesquisa sobre a população carcerária das Fundações CASA da Região Metropolitana da Baixada Santista, composta pelas cidades de Santos, Praia Grande, Cubatão, Bertioga, Santos, São Vicente, Peruíbe, Guarujá, e Itanhaém, mostrando que 23,7% da população de internos nas seis fundações é oriunda de Praia Grande. A população carcerária é composta por jovens do sexo masculino com idades entre 13 a 19 anos e 53,7% dos jovens não estavam estudando antes de irem para a Fundação CASA.

Os dados da pesquisa do IPAT (IPAT, 2017) mostram que a falta de oportunidade para acessar locais que sejam transformadores poderia levar esses jovens à vulnerabilidade, submetendo-os ao meio ambiente em que vivem. Nessa ambiência, tais jovens revelaram seus sonhos e em que se espelhavam. Cerca de 20,35% dos internos tinham o sonho de construir uma família estruturada, e 4% tinham como ídolo algum membro da família.

1.9 Resumo dos capítulos

Partindo da complexidade e interdisciplinaridade que o tema abarca, foi preciso buscar referências de diversos pesquisadores em Comunicação Social, além das áreas correlatas, como Sociologia, Antropologia e Filosofia. Esse trabalho se constrói em duas partes: a primeira, contemplada pelo capítulo II, que aborda em quatro seções teorias e conceitos que estruturam esta dissertação, desenhando um aporte teórico para situar o panorama sobre literacias digitais, nativos digitais, empreendedorismo digital, inclusão e exclusão digital.

Em se tratando de comportamento e cultura digital, parte das referências utilizadas foi: Santaella (2003), Lemos (2009), Boyd (2014), Castells (1999a; 1999b), Jenkins (2009). E para tratar do nativo digital e do jovem de baixa renda, utilizou-se referências como: Prensky (2001), Helsper e Eynon (2010), Passarelli, Junqueira e Angeluci (2014), Tofler (2007).

Para a apresentação desses eixos teóricos, foi trazido o conceito de literacia digital de Eshet-Alkalai (2004), além de pesquisadores como Livingstone (2009/ 2011), Helsper (2013), que relacionam as *MIL* na ótica da inclusão e exclusão social. A seção que trata de empreendedorismo digital levantou os seguintes teóricos: Yoo, Henfridsson e Lyytinen (2010), Li, Du e Yin (2017), Mafessoli (2006), que buscam a compreensão do ecossistema digital, explicado com mais detalhes nessa seção.

A segunda etapa do presente trabalho enumera o terceiro capítulo com os procedimentos metodológicos utilizados. No quarto capítulo se apresenta a análise dos resultados da pesquisa, utilizando como referência o modelo de literacia digital de Eshet-

Alkalai (2004) e como os jovens de baixa renda fazem uso das literacias digitais para empreender.

O quinto capítulo estabelece a discussão dos resultados, viabilizando a interlocução entre o panorama apresentado nos eixos teóricos e os procedimentos de coleta de dados. Por fim, desenhamos as considerações finais e as referências utilizadas durante a dissertação.

Ainda que este trabalho possa trazer alguma resposta, é possível apontar que as perguntas foram elencadas de maneira sucinta, sendo esse o primeiro passo ou parte de um caminho para se continuar averiguando este campo.

2 EIXOS TEÓRICOS

2.1 Cultura e comportamento digital

As inovações tecnológicas permitiram novas formas de trabalho, de consumo, de aprendizagem e de relacionamento, ou seja, de uma forma em geral promoveram mudanças na sociedade e na cultura (SANTAELLA, 2003). De fato, as novas mídias trouxeram benefícios à sociedade, pois o indivíduo passou a se relacionar com mais facilidade com qualquer usuário da *web*, na troca e busca de informações (BOYD, 2014). Parte da sociedade jovem passou a utilizar a *web* na obtenção de novos aprendizados não formais.

Ainda segundo Lemos (2009), a ideia de cibercultura ou cultura digital seria a cultura contemporânea, na qual os diversos dispositivos eletrônicos já fazem parte da realidade da sociedade em rede. Dessa forma, conforme Lemos (2009) e Santaella (2003), as tecnologias consentem a mutação comunicativa, política, social e da cultura, uma vez que o indivíduo acaba por transitar informação de forma histórica na sociedade.

Nos últimos 20 anos, ocorreram mudanças profundas na cultura e no comportamento da sociedade informacional (CASTELLS, 1999a), e o indivíduo, além de interagir com a máquina, também passou a interagir com o ser humano por meio dos computadores domésticos. A rede *Internet* se popularizou como uma “plataforma de comunicação do cotidiano” (RÜDIGER, 2013, p. 7), do indivíduo e se tornou uma aldeia global. Dessa forma, conforme McLuhan (1969), o indivíduo começaria a alterar o seu comportamento:

Mas a aceleração da era eletrônica é tão destrutiva para o homem ocidental letrado e linear quanto o foram as vias de papel romanas para as aldeias tribais. A aceleração de hoje não é uma lenta explosão centrífuga do centro para as margens, mas uma implosão imediata e uma inter fusão do espaço e das funções. Nossa civilização especializada e fragmentada baseada na estrutura centro-margem, subitamente está experimentando uma reunificação instantânea de todas as suas partes mecanizadas num todo orgânico. Este é o mundo novo da aldeia global (MCLUHAN, 1969, p. 110-111).

McLuhan (1969) e Castells (1999a) apontam que o novo sistema de comunicação sofre influência de interesses da sociedade e, dessa forma, emerge “uma nova cultura: a cultura da virtualidade real” (CASTELLS, 1999a, p. 345). Neste novo espaço, denominado de espaço cibernético ou ciberespaço, os cientistas começaram a utilizá-lo para compartilhar ideias, textos científicos, imagens e experiências conforme seus interesses (LÉVY, 1999). Nesta perspectiva, o autor aspira ao espaço cibernético como uma construção de laço social,

cunhado nos interesses em comum, compartilhando o saber e aprendizagem de forma cooperativa e sobre os processos abertos (LÉVY, 1999).

Jenkins (2009) enfatiza que o surgimento dos computadores domésticos aliados à *Internet* ajudou a elevar as competências dos indivíduos e a espalhar suas ideias para muitas pessoas. O autor acredita que tais competências devam ser direcionadas no sentido de transformar a sociedade para uma democracia participativa.

Boyd (2014) sugere que a *Internet* aproximou os seres humanos por seus interesses. Nesse cenário, é possível que um jovem esteja conversando com um amigo virtual a qualquer momento do dia, e que possa deixar mensagem para ele na rede a qualquer minuto, e seus amigos, assim que se conectarem, poderão respondê-los (BOYD, 2014). É neste cenário que a população jovem em busca de identidade procura fazer conexão por interesses, formando, assim, as suas tribos (MAFESSOLI, 2006).

Com isso, o homem contemporâneo, ao estabelecer novas formas e maneiras de se comunicar, por consequência acabou mudando a maneira de se comportar perante a sociedade. O jovem de família endinheirada (NEGROPONTES, 1995) e que podia fazer uso das novas mídias estava sempre à frente do seu tempo. Esses jovens representam uma geração que já nasceu com essa nova tecnologia (PRENSKY, 2001).

Os nativos digitais, termo utilizado por Prensky (2001), é a geração que passa a vida inteira cercada por tecnologia, utilizando videogames, câmeras de vídeo e telefones celulares, entre outros aparatos. É uma geração que teve pouco contato com livros, mas muito contato com tecnologias e a *Internet*. Ainda segundo o autor, essa audiência gosta de multitarefa dentro das redes: “Eles preferem acesso aleatório (como Hipertexto). Eles funcionam melhor quando estão em rede. Eles prosperam em gratificação instantânea e recompensas frequentes. Eles preferem jogos a trabalho sério” (PRENSKY, 2001, p. 2). O próximo subitem tratará mais efetivamente dos nativos digitais.

2.2 Os nativos digitais e os jovens de baixa renda

Prensky (2001) estabelece como nativos digitais as pessoas nascidas a partir da década de 80, do século passado e, nessa vertente, se incluem os jovens da atualidade. Tal geração, segundo o autor, é a que passou mais tempo dentro da escola, que teve mais acesso aos jogos eletrônicos, assistiram mais tempo à TV e adquiriram novas formas de aprendizado. Helsper e Eynon (2010) ressaltam que mesmo os jovens utilizando mais a *Internet* do que os adultos, não se pode classificá-los como nativos digitais, pois existem fatores que descaracterizam o termo.

De fato, Helsper e Eynon (2010) elencam diversas características que podem comprovar que o termo nativo digital não pode ser aplicado para todos que nasceram a partir da geração de 1980. Entre tais características estão o acesso às novas mídias, o nível educacional e o gênero. As autoras explanam que o termo nativo digital é denominado para um jovem de classe média, que pode ter acesso à *Internet* e que a rede é porta de entrada para que esse jovem se mantenha informado. Os jovens de classe média utilizam a rede para realizar uma série de atividades embasando o foco em sua aprendizagem (HELSPER; EYNON, 2010).

No Brasil, a partir dos anos 2000, ocorreu o barateamento da *Internet* e popularização dos equipamentos de acesso à rede. Devido ao momento de desenvolvimento em que o país passava, o poder aquisitivo do brasileiro aumentou e as crianças e os jovens passaram a ter mais acesso à *Internet* em suas casas (PASSARELLI; JUNQUEIRA; ANGELUCI, 2014). Entretanto, deve-se considerar que o Brasil é um país de grande extensão territorial e com diferentes classes sociais. De acordo com os dados da TIC Domicílios (2017), a *Internet* chega a 42,1 milhões de residências dos brasileiros. Estes dados refletem que a população mais pobre não possui acesso à *web*, estando excluída do acesso à *Internet*.

Muitos jovens buscam outras formas de acessar a rede dentro de seus lares por meio da conexão 3G e 4G. No entanto, eles não têm os mesmos benefícios que uma banda larga pode oferecer. Alguns jovens de baixa renda, por sua vez, buscam fazer parte do grupo que está na *web*. De acordo com Boyd (2014), os jovens têm seu próprio mundo e neles são compartilhados seus interesses, seja por meio da *Internet*, banda larga popular ou por meio das conexões 3G e 4G, e o jovem de baixa renda quer se manter conectado para fazer parte do grupo. É neste sentido que Bourdieu (2001) explica que o grupo dominado sempre está tentando fazer parte do jogo para ser incluído na sociedade, mas ao mesmo tempo ele não tem outra escolha a não ser a aceitação de sua condição social.

É nessa relação da luta simbólica (BOURDIEU, 2001) e na busca por uma identidade que os jovens procuram pessoas da mesma idade para andar juntos, trocar confidências e buscar conselhos – eles vivem em pequenos grupos ou até em microgrupos que recebem o nome de tribo (MAFFESOLI, 2006). Nessa ambiência, de acordo com Castells (1999b), “cada tipo de processo de construção de identidade leva a um resultado distinto no que tange à constituição da sociedade” (CASTELLS, 1999b, p. 24).

Muitos jovens são os novos consumidores na era da Sociedade da Informação (CASTELLS, 1999a) e, ao mesmo tempo, são produtores de seus conteúdos. Jenkins (2009), um dos precursores da concepção sobre convergência de mídia, acredita que a era

contemporânea é “onde as velhas e as novas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis” (JENKINS, 2009, p. 28-29). Nessa cultura da convergência, o indivíduo teve seu comportamento modificado devido a todo aparato tecnológico ao qual tem acesso. Jenkins detalha que:

A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros. Cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços e fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos nossa vida cotidiana (JENKINS, 2009, p. 30).

É nessa convergência que ocorre a cultura participativa (JENKINS, 2009), na qual o sujeito passa a colaborar na produção de conteúdo. Esse é o novo perfil do produtor consumidor, que, ao mesmo tempo em que produz, também consome conteúdo. O jovem é um produtor consumidor por excelência, e que poderá pautar os novos ritos da produção, consumo e conteúdo. Esse novo perfil produtor consumidor tem sido relatado através do termo *prosumers* (TOFLER, 2007).

2.3 Literacia de mídia e informação

As *MIL* entraram em debate durante o Office of Communications (OFCOM)², que ocorreu no Reino Unido em 2003 (LIVINGSTONE, 2009). A autora aponta as *MIL* como a capacidade de acessar, analisar, avaliar e criar mensagens em uma variedade de contextos, e isso pode abranger as literacias na *Internet*. Em outras palavras, entende-se por *MIL* a maneira com que os indivíduos aprendem por meio das redes sociais, ou apenas pela *Internet*.

A finalidade das *MIL* é dar conhecimento aos indivíduos sobre cultura, estética, ideias de autorrealização e elevar sua capacidade para alcançar uma competitividade dentro da sociedade da informação (LIVINGSTONE, 2009; CASTELLS, 1999a). As *MIL* são “frequentemente ligadas à educação não formal, à educação popular e à sociedade civil” (PEGURER-CAPRINO; MARTÍNEZ-CERDÁ, 2016, p. 1). Outros autores sugerem que as *MIL* podem empoderar os indivíduos (BOTELHO, 2014; GALLOTTI, 2014; FERRES; PISCITELLI, 2015; ROSA, 2016).

As *MIL* também podem ser relacionadas como “as competências de leitura, escrita e cálculo imprescindíveis à utilização e interpretação eficazes de informação na vida cotidiana”

² Office of Communications (OFCOM) - órgão regulador para os setores de radiofusão, telecomunicações e correios do Reino Unido.

(LOPES, 2011, p. 3). Desta forma, as *MIL* emergem no momento em que os indivíduos passam a ter acesso à *web*. Para Pereira, Pinto e Moura (2015), no ambiente mediático as *MIL* “tornam fundamental para aprender a ler e a analisar criticamente esses meios, os seus usos e apropriações e o saber criar, produzir e partilhar conteúdos” (PEREIRA; PINTO; MOURA, 2015, p. 2).

De acordo com Ramos e Faria (2012) “pressupõe-se, então, que a referência à literacia é entendida enquanto competência em *continuum* desenvolvimento inerente ao indivíduo” (RAMOS; FARIA, 2012, p. 30). O sujeito então passa a ter vez e voz por meio da literacia, uma vez que aprender algo também é ser instruído e capaz de produzir seu próprio conteúdo. É nesse ciberespaço que surge a proposta da inteligência coletiva (LÉVY, 1999).

A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO, 2018) reconhece que, por meio das *MIL*, é possível promover um “acesso igualitário à informação e ao conhecimento e os sistemas de mídia e informação livres, independentes e plurais” (UNESCO, 2018) dos indivíduos. No entanto, no Brasil, a *Internet* não é acessível a todos gratuitamente, e para se fazer uso dela é necessário, além de ter um aparelho tecnológico, adquirir um pacote de uma operadora, tanto para *Internet* 3G e 4G como para uma banda larga. Angeluci e Galperin (2012) apontam que ainda é muito alta a utilização das *lan houses* pelos adolescentes das classes emergentes no Brasil.

As *MIL* só têm sido praticadas pelos sujeitos devido ao barateamento dos aparatos tecnológicos no Brasil, a partir dos anos 2000. Nessa vertente surge o *smartphone*, que a cada dia traz um avanço tecnológico, e permite que as mídias se aglutinem em uma única tela, congregando recursos de áudio, vídeo e dados, com diferentes dimensões de interação. Com o *smartphone*, os públicos infantil e adolescente acabam por assimilar uma quantidade de informações com mais facilidade, e utilizam os recursos oferecidos em quase sua totalidade sem precisar recorrer aos antigos manuais de utilização dos aparelhos (PASSARELLI; JUNQUEIRA; ANGELUCI, 2014, p. 166).

Por meio das redes sociais atreladas às *MIL*, os sujeitos rompem com os paradigmas de receberem informações só por vias tradicionais dominantes. Agora é a vez de cidadãos comuns serem protagonistas, criando e compartilhando conteúdos, e antes isso jamais seria possível. “As redes sociais são ferramentas abertas e vistas como revolução subversiva, ou, ao menos, como uma quebra sem precedentes na cultura da mídia tradicionalmente articulada” (BAUER, 2011, p. 9). O autor ainda ressalta ainda que:

As redes sociais não vão respeitar os rituais e regras da comunicação de mídias de massa, e não pretendem ser usurpadas de acordo com a concepção funcionalista do

discurso, em que a mídia subjuga e assume o papel de dispositivo de transmissão de discursos hierarquicamente estruturados (BAUER, 2011, p. 14).

Entretanto, vale ressaltar que para entrar em uma rede social é preciso ter um nome e uma senha, como no caso do *Facebook*. Na plataforma só é possível interagir com o outro usuário se ele permitir, e assim, por conta da necessidade de permissões de várias categorias, o usuário fica restrito a certos tipos de informações que o “amigo” não queria compartilhar.

Apesar de certas restrições, a facilidade de assimilação dos jovens de baixa renda dos recursos oferecidos pelos equipamentos de acesso à *Internet* possibilita o surgimento das *MIL* como nova forma de aprendizado popular e uma importante ferramenta no sentido de oferecer autonomia ao cidadão, construindo um diálogo aberto e colaborativo dentro de uma democracia que seja atuante e dinâmica, sempre respeitando as diversidades culturais e econômica dos indivíduos (LOPES, 2011). Desta forma, os jovens de baixa renda aprendem por meio das redes sociais algo novo, para que possam fazer desses aprendizados uma forma de ganhar dinheiro para se sustentar.

Livingstone ressalta que “a Literacidade na *Internet* certamente não é apenas uma característica individual, mas de outro modo emerge (ou falha em emergir) da interpelação entre a aptidão individual, educação e o design da interface” (LIVINGSTONE, 2011, p. 17). Muitas vezes o jovem, por mais que tenha habilidades e competências, necessita de um adulto que o acompanhe tanto para aprovar quanto para reprovar o que ele faz no universo *on-line*. A autora ainda revela que não é todo jovem que possui as *MIL*, por:

[...] falta de interesse por informação, educação ou exploração e, em segundo lugar, por sua fraca habilidade em pesquisar e avaliar sites, embora não se deva subestimar a importância em adquirir habilidades de literacidade relacionadas à comunicação, especialmente para adolescentes (LIVINGSTONE, 2011, p. 19).

Livingstone (2011) detalha que as *MIL* possuem três níveis: o básico, o intermediário e avançado:

No nível básico, então, a literacidade na *Internet* é possível e depende da arquitetura das interfaces, de *software* e de provisionamento técnico; no nível intermediário, literacidade requer suporte institucional (educação e outros ambientes de aprendizagem, consideráveis práticas de *gatekeeping*, currículos com muitas aptidões e recursos de informação); no nível mais ambicioso, literacidade na *Internet* requer encorajamento da sociedade no âmbito *on-line* e off-line para o engajamento democrático, organizações civis abertas e responsáveis, uma economia inovadora e flexível, e uma cultura rica e diversificada (LIVINGSTONE, 2011, p. 33).

A autora destaca que, numa visão otimista, “a literacidade – incluindo a literacidade na *Internet* – poderia representar uma forma de empoderamento para os jovens num mundo

mediado” (LIVINGSTONE, 2011, p. 36). Já Carlsson (2015) enfatiza ainda mais a questão, pois muitos sujeitos ainda vivem na pobreza extrema e não conseguem exercer seus direitos. Eles sofrem injustiça social e têm uma educação pobre, não possuem acesso à saúde pública, estão desempregados e são discriminados pelo gênero ou raça.

2.3.1 A literacia digital pela ótica de Eshet-Alkalai

A literacia digital é uma denominação muito utilizada nas últimas décadas. O professor Eshet-Alkalai (2004) aponta para a designação possivelmente mais assertiva do termo:

À luz do desenvolvimento rápido e contínuo da tecnologia digital, os indivíduos são obrigados a usar uma crescente variedade de técnicas, cognitivas e habilidades sociológicas, a fim de executar tarefas e resolver problemas em ambientes digitais (ESHET-ALKALAI, 2004, p. 95 – tradução nossa).

De acordo com Eshet-Alkalai (2004), a literacia digital abarca muito mais do que a aprendizagem de *software* ou a operação de um dispositivo móvel. Na verdade, segundo o autor, a literacia digital inclui habilidades e competências que vão desde o aspecto cognitivo, motor, sociológico até habilidades socioemocionais. Entre as tarefas, Eshet-Alkalai (2004) destaca a leitura livre e intuitiva das telas dos dispositivos móveis, a fim de que o usuário possa compreender as mensagens e instruções apresentadas a decodificar.

O autor sugere que a literacia digital é uma habilidade de sobrevivência dentro do ciberespaço. Sendo assim, o usuário da *web* acaba por estabelecer as formas, habilidades e estratégias utilizadas nesse ambiente. Ele exemplifica que os usuários estão em diferentes níveis da literacia digital e, ao empregá-la nesse ambiente, também buscam sua sobrevivência.

Nessa discussão, se por um lado Eshet-Alkalai (2004) observa que o usuário tem diferentes aprendizagens de literacia digital, por outro lado Passarelli, Junqueira e Angeluci (2014) apontam que as novas mídias e seus usuários estão em constante evolução. Decerto, faz-se necessário compreender cada elemento embasado no conceito de Eshet-Alkalai (2004), que são a literacia foto-visual, de reprodução, de informação, de pensamento hipermidiático e socioemocionais.

2.3.1.1 Literacia foto-visual

A primeira literacia digital apontada por Eshet-Alkalai (2004) foi a foto-visual, que consiste na capacidade de decodificação de interfaces visuais pelo usuário. Vale ressaltar que a escrita vem sendo utilizada pelo ser humano desde os primórdios. Conforme sugere o autor,

por meio de símbolos, rabisco e desenhos ao longo do tempo, o alfabeto foi sendo desenvolvido até chegar aos dias de hoje.

De fato, o alfabeto moderno (greco-romano) é cercado por símbolos modernos, abstratos, que, sozinhos, não têm nenhum significado para o homem contemporâneo (ESHET-ALKALAI, 2004). Nesse sentido, o indivíduo passou a utilizá-lo de maneira mais cognitiva, fazendo a junção das letras para se comunicar com seus pares. Em contraponto, Eshet-Alkalai (2004) sugere que a comunicação visual vem colaborando para que o usuário use de forma intuitiva os aparelhos móveis, sem a necessidade de ser um especialista em interface desses dispositivos. “Pessoas com literacia foto-visual têm boa memória visual e forte pensamento intuíto-associativo, que os ajudam a decodificar e compreender as mensagens visuais com facilidade e fluência” (ESHET-ALKALAI, 2004, p. 95 – tradução nossa).

Por certo, de acordo ainda com Eshet-Alkalai (2004), a literacia foto-visual ajuda os usuários a lerem de forma intuitiva, livre e terem fácil compreensão das instruções das mensagens representadas nessas interfaces. Dessa forma, a próxima literacia a observada é a de reprodução.

2.3.1.2 Literacia de reprodução

Na emergência das mídias, o indivíduo vem alterando a forma de comunicar, escrever e reproduzir conhecimento. Dessa maneira, o surgimento dessas novas mídias ajudou parte da sociedade, que tem acesso a elas, a dar um salto na capacidade de produzir e reproduzir conhecimento (ESHET-ALKALAI, 2004).

Decerto que essa é a era da sociedade da informação (CASTELLS, 1999a). As novas possibilidades ilimitadas de produzir e distribuir informação, aparentemente gratuitas, deram ao indivíduo possibilidades, mas, por outro lado, também foram estabelecidos novos critérios de originalidade e criatividade em talento (ESHET-ALKALAI, 2004). E é dessa maneira que emerge a literacia de reprodução, na busca da originalidade e da reescrita de informação de maneira criativa, para que não seja considerada um plágio, ou seja, injetar um novo significado a textos já existentes.

2.3.1.3 Literatura do pensamento de hipermídia (não linear)

O último subitem tratou da literacia de reprodução e, com a emergência das novas mídias já tratada nessa dissertação, surge também a literatura do pensamento de hipermídia (não linear). Antes da chegada das novas mídias, o homem lia e via linearmente, e agora pode

navegar livremente pelos domínios do conhecimento (ESHET-ALKALAI, 2004). Por outro lado, essa liberdade de navegação também é de construção do conhecimento e também leva o receptor a vários tipos de informação não lineares de maneira desordenada (ESHET-ALKALAI, 2004).

De acordo com o autor, os indivíduos com uma boa literacia de pensamento de hipermídia são aqueles que possuem o discernimento multiorientação espacial, de forma que, ao navegarem na *web*, não se perdem por meio das hipermídias. Dessa maneira, a habilidade de pensamento não linear está se tornando uma questão de sobrevivência na *Internet*, afirma Eshet-Alkalai (2004).

2.3.1.4 Literacia da informação

Seguindo o conceito de Eshet-Alkalai (2004), a próxima literacia é a da informação. É por meio dela que os usuários decodificam uma informação para compreenderem de maneira eficaz se a notícia é verdadeira ou falsa. Esse usuário tem uma formação de pensamento mais crítico e está sempre duvidando das informações que são trazidas por outros usuários e pela grande mídia.

2.3.1.5 Literacia socioemocional

Uma das últimas etapas baseado no modelo de Eshet-Alkalai (2004) é a literacia socioemocional. Esse tipo de literacia é considerado de mais alto grau, pois ter essa habilidade é necessário para que o usuário seja muito crítico, a fim de compreender se a informação que está sendo passada por outro indivíduo é correta ou falsa dentro da *web*. Esses usuários estão mais capacitados a transmitir conhecimento para os outros na *web*, e são capazes de construir um conhecimento colaborativo, conforme o autor.

2.4 Empreendedorismo digital

Cada vez mais os jovens se veem num futuro incerto (CANCLINI, 2013). De acordo com Prensky (2011), a atual geração é a que mais teve acesso à educação, mas está tendo menos acesso ao emprego formal do que as gerações anteriores. Os jovens sofrem com o alto índice de desemprego, mas ao mesmo tempo são detentores de capital intelectual, embora estejam excluídos dos espaços em que esse capital intelectual pode ser exercido (CANCLINI, 2013). Dentro desse quadro, a Geração *Internet* (LIVINGSTONE, 2011) acaba desenvolvendo táticas e estratégias para criar seu próprio emprego.

Essa nação juvenil insere-se em nichos de criatividade e usa de maneira inovadora seu capital educacional, cultural, tecnológico e, sendo um dos mais importantes, o humano. Então, surge a denominação “classe criativa” ou “economia criativa” (CANCLINI, 2013). Nessa ambiência, os jovens usam a criatividade para sobreviver num mundo em que parte da população se encontra desempregada. Porém, tudo é efêmero e o projeto de hoje não será o mesmo a ser executado daqui a alguns anos, uma vez que os avanços tecnológicos fazem com que algumas ideias se tornem obsoletas. Em geral, muitos jovens buscam no empreendedorismo digital uma forma de se manterem ocupados no mercado de trabalho (CANCLINI, 2013).

Yoo, Henfridsson e Lyytinen (2010) ilustram sobre o fato de a tecnologia digital ter sido um instrumento transformador frente aos produtos da era industrial. Os autores sugerem a inovação digital como conjunto de combinações de elementos digitais e físicos que servem para criar produtos inovadores. Um exemplo é o *Kindle*³, como um produto inovador que traz a digitalização de livros para uma tela de processador.

Sendo assim, a empresa *Amazon*⁴, para se manter no mercado de trabalho, associou-se à *Apple*, agregando serviços da marca aos serviços oferecidos pela *Amazon*, conforme Li, Du e Yin (2017). Esses fatores integram o chamado ecossistema digital, que consiste na sustentabilidade das marcas para continuarem existindo no mercado. Mafessoli (2006) sugere que esse tipo de ecossistema digital seria como um grupismo que surge de forma semelhante às máfias e associações de ladrões, devido à fidelidade e às regras dos grupos.

É verdade que, sendo diferenciado o grau de vinculação, nesses diferentes meios, a fidelidade às regras do grupo, frequentemente não ditas, está sujeita a múltiplas variações. É, no entanto, difícil ignorá-la por completo. [...] Assim, tanto no que diz respeito aos pequenos grupos produtivos, dos quais permanece como símbolo a Silicon Valley, quanto ao que se chama de “grupismo” dentro da empresa nipônica. Percebemos que a tendência comunitária pode-se caminhar lado a lado como um desempenho tecnológico ou econômico (MAFESSOLI, 2006, p. 45).

O autor sugere que parte dos jovens busca no empreendedorismo digital uma forma de sobrevivência. Li, Du e Yin (2017) apontam o empreendedorismo digital como a entrada do empreendedorismo. Os autores apontam que a inovação digital ocorre para além dos limites das empresas por meio da colaboração dos indivíduos, superando limitações de recursos de uma única empresa ou negócios. Eles acreditam que o ecossistema de empreendedorismo digital é saudável, produtivo e possui uma relação de organização estável pela qual os

³*Kindle*: um leitor de livros digitais.

⁴*Amazon*: empresa transnacional de comércio eletrônico

indivíduos, através de seus trabalhos, esforços e colaboração, podem levar o modelo de negócio ao sucesso da equipe ou empresa.

Davidson e Vaast (2010) consideram que o empreendedorismo digital é o termo utilizado para designar as oportunidades geradas por meio da *web* e das novas mídias. As autoras enfatizam que o empreendedorismo digital é um conjunto de ideias do empreendedorismo tradicional aliado às mudanças da economia. Do mesmo modo, Spigel (2015) ressalta que os negócios gerados na *web* são ecossistema do empreendedorismo digital.

De acordo com Davidson e Vaast (2010), o ecossistema de empreendedorismo digital tem três eixos: o empreendedorismo de negócios, o empreendedorismo do conhecimento e o empreendedorismo institucional. O primeiro, empreendedorismo de negócios, está ligado diretamente às empresas que visam lucro financeiro e fazem parte do mercado econômico. São novos empreendimentos que estão relacionados à comercialização de uma inovação e são conhecidas como as *pontocom*⁵. A Amazon.com é um das destas empresas de comercialização da inovação.

O segundo eixo tem como tipo de empreendedorismo o conhecimento e está relacionado com as oportunidades de informação e expansão do conhecimento e, normalmente, são realizados por algum profissional relacionado à área do capital intelectual, como jornalistas, cientistas e acadêmicos (DAVIDSON; VAAST, 2010).

E, por último, mas não menos importante, está o empreendedorismo institucional, que integra o ecossistema de empreendedorismo digital com as empresas e instituições que têm interesse em transformar seus empreendimentos, realizando inovações que inspiram outras organizações (DAVIDSON; VAAST, 2010). As autoras explanam que os três tipos de empreendedorismo vêm sendo estudados separadamente, mas que diversas organizações utilizam os três eixos do ecossistema do empreendedorismo digital integralmente.

É nesse contexto de ecossistema de empreendedorismo que muitos jovens de baixa renda estão inseridos. Aqueles que utilizam as novas mídias para divulgar seus negócios criam um fluxo de vendas e divulgação dentro das novas mídias. Os jovens passam a se relacionar com seus possíveis clientes por meio das redes sociais: *Facebook*⁶, *YouTube*⁷, *WhatsApp*⁸, entre outras que, muitas vezes, são efêmeras. Esses jovens conhecidos como *youtubers*, *blogueiros*, *instagramers*, entre outros, desenvolvem seus modelos de negócios

⁵ Pontocom: empresa baseada no modelo de negócios digital que busca visualização e acessos e na venda do produto

⁶ *Facebook*: rede social criada em 2004.

⁷ *Youtube*: rede social de compartilhamento de vídeos criada em 2005.

⁸ *WhatsApp*: rede social que é uma multiplataforma de mensagens instantâneas e chamada de voz.

embasados nas *MIL*, criam e recriam suas empresas digitais e sempre estão em busca de algo que lhes dê prazer e, ao mesmo tempo, condições de sobreviver (CANCLINI, 2013).

Nesse processo, os jovens de baixa renda são classificados, de acordo com Canclini (2013), como criativos. O autor sugere que o conteúdo aprendido na escola se torna obsoleto e os jovens buscam na tecnologia recursos para manterem-se em alguma ocupação que dê a eles algum retorno financeiro. Canclini (2013) ainda discorre que muitos jovens trabalham em projetos curtos e que, muitas vezes, recebem remuneração salarial baixíssima; assim, os jovens se adaptam às formas de trabalho e aos clientes.

Diante de tal contexto, alguns jovens são obrigados a ter vários tipos de ocupação em busca do seu capital social. Dessa forma, Canclini (2013) salienta que essa criatividade tende a fazer parte do ecossistema do empreendedorismo digital, uma vez que eles realizam diversas tarefas fora do trabalho formal e, assim, se mantêm dentro de alguma ocupação que lhes dê prazer.

3 PROCEDIMENTO METODOLÓGICO

Este capítulo centra-se no desenvolvimento da pesquisa, que é de caráter qualitativo, de nível exploratório e experimental, e por representatividade. Gil (2010) observa que a pesquisa exploratória tem como objetivo “proporcionar maior familiaridade com o problema, com vista a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses” (GIL, 2010, p. 27). Desta forma, o objetivo principal da pesquisa é aprimorar ideias ou descobertas.

Essa dissertação também abarca a análise documental dos relatos dos sujeitos da pesquisa, nos quais foi empregado o conceito de literacias digitais de Eshet-Alkalai (2004) e estudados por meio da técnica de análise de conteúdo de Bardin (2011). A metodologia empregada foi a pesquisa participante com entrevista aberta para colher os relatos dos sujeitos estudados.

3.1 Metodologia de pesquisa participante

A proposta da dissertação foi utilizar a metodologia de pesquisa participante para a coleta de dados, por meio de entrevista abertas, cujos resultados foram tabulados e serão apresentados no capítulo 4. Segundo Novaes e Gil (2009), a metodologia empregada é “uma pesquisa experimental *par excellence*, uma vez que as experiências são vivenciadas pelo investigador e termos de intervenção, participação e colaboração” (NOVAES; GIL, 2009, p. 141).

Os autores ainda apontam que “Uma das vantagens da utilização desse modelo é a consideração da posição do pesquisador, fator que influencia significativamente a pesquisa participante, que constitui objeto do presente ensaio da pesquisa participante” (NOVAES; GIL, 2009, p. 138).

Ainda segundo os autores, a abordagem crítica do pesquisador compreende a “apresentação de uma visão ampla e dinâmica da realidade, procura conscientemente compreender os fatos inseridos em suas influências econômicas, políticas e culturais, privilegiando um enfoque qualitativo” (NOVAES; GIL, 2009, p. 141). Gil (2008) e Peruzzo (2015) elucidam que o emprego dessa metodologia se caracteriza pelo envolvimento do pesquisador e dos pesquisados durante a realização da pesquisa.

Novaes e Gil (2009) observam que a pesquisa participante se apresenta em consonância com outras modalidades de pesquisa: observação participante, pesquisa ação e pesquisa participante. Peruzzo (2015) lembra que as duas últimas categorias se revelam

apoiadoras do grupo social investigado e a primeira se mostrou mais equidistante dos sujeitos pesquisados.

Conforme Peruzzo (2015), a finalidade da pesquisa participante dentro da área de comunicação social está elencada em três categorias: a) observar fenômenos importantes, b) realizar estudos de recepção de conteúdos de mídia, c) que os resultados da pesquisa possam retornar aos sujeitos pesquisados, de maneira a auxiliar e propor a resolução de problemas existentes na comunidade pesquisada. Decerto que para a investigação sobre o estudo da *MIL* para aprendizagem de uma ocupação e, conseqüentemente, a aptidão para o empreendedorismo digital estão entrelaçados com as categorias citadas acima.

Novaes e Gil (2009) observam que na pesquisa participante:

O pesquisador qualifica-se ao entrar em contato com a cultura local, incorporar seus elementos, superar-se em seus questionamentos e surpreender-se com as respostas do grupo. Os sujeitos da prática, por sua vez, além de obter respostas para os problemas de seu cotidiano, envolvem-se em processos coletivos ligados a suas experiências e valores; surpreendem-se ao se confrontarem com seus pressupostos de vida e formação e criam coragem para empreender mudanças (NOVAES; GIL, 2009, p. 154).

Da mesma forma, os autores revelam a importância da pesquisa participante dentro de comunidades periféricas. E, por isso, foi necessária a construção de um universo comum entre a autora e os sujeitos da pesquisa:

A entrada do pesquisador em grupos socialmente menos favorecidos requer um trabalho prévio de construção de um universo comum de significados culturais, que se aproximam bastante e correspondem ao universo vocabular mínimo, conforme conceito proposto por Freire (2005) nos processos de alfabetização de adultos (NOVAES; GIL, 2009, p. 154).

Foi por meio desse caminho que a pesquisadora conseguiu construir um diálogo com os sujeitos investigados, estabelecendo um universo comum, como já foi citado: “[...] e na representação da realidade a ser transformada, e é realizada por meio de questões provocadas pelo pesquisador principal, mediante o aprofundamento das leituras de mundo dos sujeitos envolvidos” (NOVAES; GIL, 2009, p. 154-155).

O trabalho em conjunto entre a autora e os pesquisados mostrou-se valioso na descoberta para o conhecimento da utilização das *MIL* pelos jovens de baixa renda investigados e agregou à pesquisadora elementos essenciais para parte dessa dissertação. Por meio da metodologia utilizada, a pesquisa participante (GIL, 2008), a autora, mesmo não pertencendo ao grupo, acompanhou a busca dos atores sociais investigados pelo conhecimento de novas ocupações dentro das possíveis habilidades e competências.

No primeiro momento foi realizada uma aproximação da pesquisadora com a realidade social que ela pretendia investigar. Essa interpretação da realidade social deu-se primeiro pelo estado da arte, como já foi mencionado na seção anterior. Partindo desse ponto, a autora entrou em contato com os sujeitos da pesquisa para iniciar as entrevistas abertas e, posteriormente, a análise das entrevistas pela técnica de análise de conteúdo de Bardin (2011).

3.1.1 A entrevista aberta

Para a realização da metodologia de pesquisa participante, fez-se necessária a introdução de entrevistas abertas, de maneira que os sujeitos pesquisados se sentissem à vontade para responder aos questionamentos da pesquisadora. Desta maneira, Barros (2015) considera a entrevista aberta como:

[...] essencialmente exploratória e flexível, não havendo sequência predeterminada de questões ou parâmetros de respostas. Tem como ponto de partida um tema ou uma questão ampla e flui livremente, sendo aprofundada em determinado rumo de acordo com aspectos significativos identificados pelo entrevistador, enquanto o entrevistado define a resposta segundo seus próprios termos, utilizando como referência seu conhecimento, percepção, linguagem, realidade, experiência (BARROS, 2015, p. 65).

Só depois da pergunta-chave, o ponto de partida, foi possível conquistar a confiança do sujeito investigado, mesmo já tendo um contato preestabelecido. E, assim, o entrevistador pode passar para as próximas perguntas, chegando ao seu objeto final. Barros (2015) considera que essa é uma forma muito exequível, pois o entrevistado estará mais relaxado para as perguntas seguintes.

De acordo com Gil (2008), a entrevista é “uma forma de interação social. Mais especificamente uma forma de diálogo assimétrico, em que uma das partes busca coletar dados e a outra se apresenta como fonte de informação” (GIL, 2008, p. 109). Portanto, nessa fase da coleta de dados, optou-se pela entrevista aberta, por se tratar de sujeitos que realizam ocupações em diferentes ramos do mercado informal.

Na mesma linha de pensamento, Minayo (2001) observa que a entrevista, enquanto técnica, “é o procedimento mais usual no trabalho de campo. Através dela, o pesquisador busca obter informes contidos na fala dos atores sociais” (MINAYO, 2001, p. 57). Gil (2008) ainda salienta que, por meio das entrevistas, são obtidas diversas vantagens para uma pesquisa:

a) a entrevista possibilita a obtenção de dados referentes aos mais diversos aspectos da vida social; b) a entrevista é uma técnica muito eficiente para a obtenção de dados

em profundidade acerca do comportamento humano; c) os dados obtidos são suscetíveis de classificação e de quantificação (GIL, 2008, p. 110).

Conforme apresentado nos Apêndices, as perguntas contêm, basicamente, questões qualitativas e necessitam de informações discursivas. Os sujeitos pesquisados foram identificados por meio de *personas*, que serão melhor definidas no subitem 3.3.2. Indagou-se sobre o aprendizado por meio da *web*, o tempo de uso, as formas de acesso, as condições de vida antes e depois do aprendizado por meio das *MIL*, para análise posterior. Buscou-se identificar as literacias digitais conforme o modelo de Eshet-Alkalai (2004).

3.1.2 Os sujeitos da pesquisa

Para compor o *corpus* da presente análise, foram pesquisados cinco jovens de baixa renda de Praia Grande que utilizam as *MIL* em seus negócios digitais. Os entrevistados têm entre 18 e 21 anos, com exceção de uma entrevistada, que tem 27 anos. Todos são trabalhadores informais e não possuem registro em carteira. Os jovens autorizaram a realização das entrevistas, entendendo que se trata de uma pesquisa de cunho científico. As entrevistas abertas com os atores sociais foram realizadas por meio de amostra de acessibilidade ou conveniência (GIL, 2008).

Todavia, os sujeitos investigados apareceram como forma de *persona*, uma vez que os mesmos se intitularam trabalhadores de um determinado segmento. Então, para isso, ao se apresentarem à autora fizeram o uso da *persona*. Jung (2000) sugere que *persona* é a personalidade pública, as aparências que são exibidas para o mundo, ou que ainda são impostas pela sociedade. O propósito das *personas* é mostrar como os sujeitos da pesquisa se apresentam para seus consumidores.

As *personas* que compõem essa análise são:

- A confeitadeira: moradora do bairro Nova Mirim que começou e aprimora o ofício por meios das redes sociais.

- O multitarefa: morador do bairro Jardim Glória, aprendeu a editar vídeos pelas redes sociais. É idealizador de um coletivo e a sua marca abarca diversos produtos, como loja de roupas, produção e edição de vídeos, editora de quadrinhos.

- A manicure: moradora do bairro Quietude, aprendeu o ofício quando era pequena e aprimorou suas técnicas pelas redes sociais. Também utiliza a rede para divulgar seu serviço e buscar seguidores.

- A cantora de *rap gospel*: moradora do bairro Esmeralda, ela utiliza a *web* para divulgação de seus trabalhos como forma de atrair novos clientes.

- A *designer* de sobancelha e maquiadora: moradora do bairro Nova Mirim, realiza a ocupação de maquiadora e *designer* de sobancelha. Aprendeu o ofício nas redes sociais e vem desenvolvendo essa ocupação para ajudar a família. Utiliza as redes sociais para aprender sobre sua ocupação e realiza *lives*⁹ na rede social *Facebook* para atrair mais clientes para o seu negócio.

3.2 A análise de conteúdo de Bardin

Os dados coletados, ou seja, as entrevistas individuais, foram observadas em profundidade por meio da técnica de Análise de Conteúdo (AC), tendo como foco a análise categorial em representatividade das entrevistas. No que tange à análise de conteúdo, Bardin (2011) acredita que é “conjunto de instrumentos metodológicos cada vez mais sutis em constante aperfeiçoamento, que se aplicam em ‘discursos’ (conteúdos e continentes) extremamente diversificados” (BARDIN, 2011, p. 15).

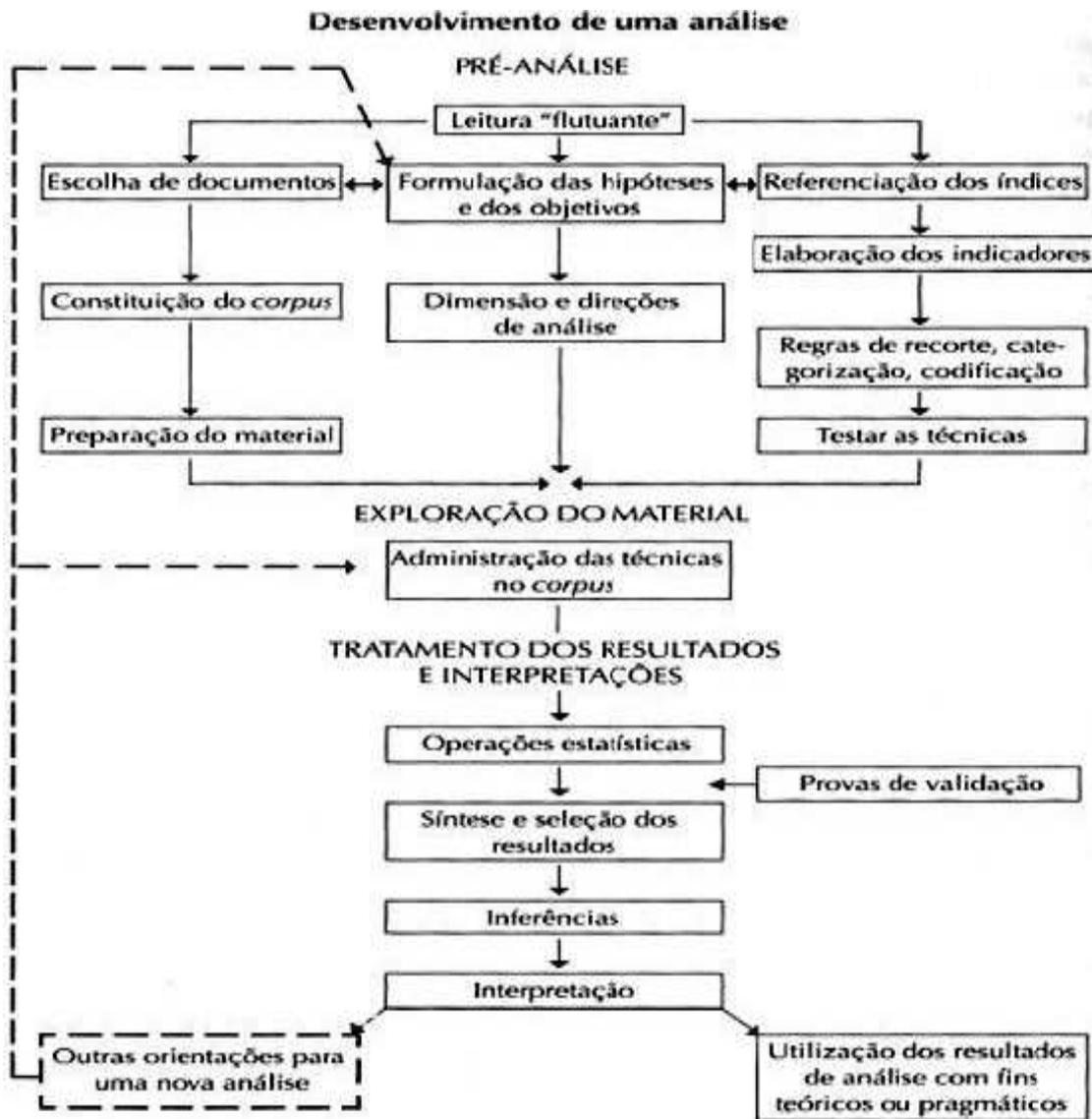
Uma vez que a pesquisa já foi demarcada, faz-se necessário atribuir uma norma para continuar o procedimento, que, neste caso, será a regra de representatividade. Segundo Bardin (2011) a regra de representatividade deve ser rigorosa, caso seja uma amostra representativa do universo inicial, e, neste caso, o universo representado será parte de um todo da coleta de dados por meio das entrevistas abertas.

Desta forma, a análise categorial também comporá o *corpus* da pesquisa. Por análise categorial entende-se o desmembramento do texto em unidades, seguida pelo reagrupamento por afinidade. A técnica categorial pode ser compreendida como gaveteiros organizadores que possibilitam a classificação das palavras. Assim sendo, as palavras organizadas carregam possíveis mensagens dos elementos pesquisados. De acordo com Bardin (2011), o método ainda oferece diferentes possibilidades, como a investigação do tema pesquisado, ou análise temática. Decerto, a autora sugere que:

Imagine-se certo número de caixas, por exemplo, de sapatos, dentro das quais são distribuídos objetos, como aqueles, aparentemente heteróclitos, que seriam obtidos se se pedisse às passageiras de um trem que esvaziassem as bolsas. A técnica consiste em classificar os diferentes elementos nas diversas gavetas segundo critérios suscetíveis de fazer surgir um sentido capaz de introduzir alguma ordem na confusão inicial. É evidente que tudo depende, no momento da escolha dos critérios de classificação, daquilo que se procura ou que se espera encontrar (BARDIN, 2011, p. 43).

⁹*Live*: do termo inglês, refere-se a um recurso do *Facebook* para criar vídeos *streaming*.

Figura 1 – Fluxograma do detalhamento da análise de conteúdo



Fonte: Bardin (2011).

3.3 Procedimentos para coleta de dados

As informações foram coletadas por meio das entrevistas realizadas com os sujeitos. As entrevistas ocorreram entre julho e setembro de 2018, nos locais escolhidos pelos entrevistados. Todas as transcrições das entrevistas foram salvas em PDF e, em seguida, submetidas ao software *ATLAS.ti*, desenvolvido para auxiliar na codificação de dados de análises qualitativas, e serão detalhados no subitem 3.6.

O programa ajuda na extração dos dados, mas os dados não falam por si só e precisam de uma análise de cunho humanístico, por se tratar da metodologia de pesquisa participante. A partir das entrevistas com os jovens de baixa renda e empreendedores digitais foi gerado um conjunto de dados que englobou duas etapas.

A primeira parte gerada pelas narrativas fazem parte de um documento analisado com apoio da ferramenta *ATLAS.ti* (BAUER; GASKELL, 2008), que proporciona a verificação de dados em larga escala. Os dados gerados são utilizados para verificar as narrativas mais utilizadas pelos jovens dentro dos seus contextos e associá-las ao referencial teórico sobre *MIL*. O segundo constitui um produto de audiovisual com vídeo depoimento (webdocumentário) dos relatos dos jovens de baixa renda e empreendedores de Praia Grande, disponibilizado em uma plataforma *on-line*.

Os dados coletados foram estudados por análise de conteúdo (AC) que, de acordo com Bardin (2011), é “conjunto de instrumentos metodológicos cada vez mais sutis em constante aperfeiçoamento, que se aplicam em ‘discursos’ (conteúdos e continentes) extremamente diversificados” (BARDIN, 2011, p. 15). Foram analisados os relatos produzidos pelos jovens e identificados nesses relatos os usos e apropriações das *MIL* a partir do modelo de Eshet-Alkalai (2004).

Bardin (2011) ressalta o motivo pelo qual se deve fazer uso do instrumento metodológico: “Por detrás de um discurso aparente geralmente simbólico e polissêmico esconde-se um sentido que convém desvendar” (BARDIN, 2011, p. 20). Para descobrir tal situação, em relação aos relatos orais dos jovens de baixa renda empreendedores digitais, será utilizada a técnica de Bardin (2011) juntamente com a ferramenta *ATLAS.ti*. A análise de conteúdo é o método qualitativo que busca entender fragmentos de um discurso (BARDIN, 2011). A autora elucida sobre o tema: “[...] a análise de conteúdo tenta compreender os jogadores ou o ambiente do jogo num momento determinado, com o contributo das partes observáveis” (BARDIN, 2011, p. 49).

A análise de conteúdo agrupará uma classificação de palavras utilizadas pelos jovens dentro de suas narrativas que gerarão resultados, para que possam compor a temática da pesquisa. O conteúdo obtido será verificado, a fim de compreender os significados do discurso dos jovens de baixa renda e empreendedores digitais. A autora ainda salienta que “enquanto esforço de interpretação, a análise de conteúdo oscila entre dois polos do rigor da objetividade e da fecundidade da subjetividade” (BARDIN, 2011, p. 15).

É importante ressaltar também que, nesta análise, elementos e conceitos apresentados no estado da arte serão retomados como forma de alinhar a perspectiva teórico-conceitual aos dados coletados. As entrevistas com elementos da pesquisa realizada foram abertas e gravadas, para garantir maior validade das informações, permitindo fidelidade nas transcrições (BARROS, 2008). As entrevistas estão disponíveis na íntegra nos Apêndices.

A organização dos dados da pesquisa se realiza em colunas, com vazios à esquerda e direita, para relacionar e indicar as semelhanças do conceito de literacia digital de Eshet-Alkalai (2004).

Quadro 1 – Entrevista para a coleta de dados

Sujeito	Ocupação	Local escolhido	Tempo da transcrição
Entrevistado 1	Confeiteira	Em sua residência, no bairro Nova Mirim	81min 61s
Entrevistado 2	Multitarefa	Em sua casa, no bairro Glória	7 min 55s
Entrevistado 3	Manicure	No Salão em que trabalha, no bairro Nova Mirim	81min 12s
Entrevistado 4	Cantora de rap gospel	Na casa do noivo, no bairro Mirim	36min 31s
Entrevistado 5	<i>Designer</i> de sobancelha e maquiadora	No salão no qual trabalha, no bairro Nova Mirim	50min 12s

Fonte: *Autora* (2019).

3.4 Análise de dados

No período da pesquisa participante, foi possível observar que os jovens se utilizam das *personas* para se apresentarem ao público. Ao longo das gravações das entrevistas individuais, cada um pôde se apresentar. Essa apresentação está na íntegra nos Anexos e faz parte do produto final.

Para realização do procedimento de análise de dados foram realizadas pré-análise (BARDIN, 2015; FONSECA JUNIOR, 2015) de forma a verificar detalhes que poderiam não ser revelados pelo *software ATLAS.ti*. Seguiu-se a orientação dos autores e foi realizada uma pré-análise da extração de dados feita pelo olho humano, para contrastar com a mineração de dados do *software ATLAS.ti*. Portanto, foi necessário enumerar as entrevistas e categorizar, além de interpretar a amostra por representatividade.

Logo após a pré-análise foi necessária a utilização do programa *ATLAS.ti*. Empregou-se a técnica categorial de Bardin (2011). É preciso ressaltar que, na pesquisa social, a categorização assume um papel importante, pois classifica o tempo presente e antecipa as

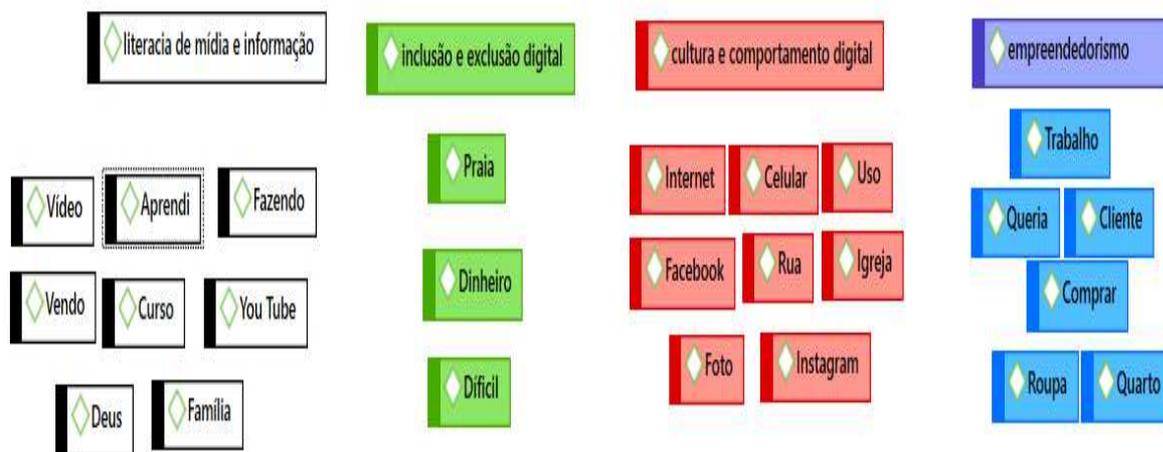
possíveis decisões para o futuro (BAUER; GASKELL, 2008), por isso, justifica-se a técnica de categorização de palavras.

Desta forma, fez-se necessário codificar o material (BARDIN, 2011), de maneira a transformar os dados brutos em recorte e agregação, para que fosse retomado o estado da arte. Cada uma das cinco entrevistas abertas diretas durou de 30 minutos a 1h30 minutos, e a partir delas foram extraídas as 30 palavras mais citadas pelos participantes da pesquisa. Assim, foi construído o quadro de palavras-chave dos entrevistados.

Quadro 2 – Ocorrência das palavras-chave nas entrevistas

Palavra-chave	Número de ocorrências
Fazer	112
Trabalho	47
Escola	38
Tempo	35
Praia	33
<i>Internet</i>	31
Queria	31
Quero	29
Celular	28
Deus	27
Vídeo	25
Igreja	24
Foto	23
<i>Instagram</i>	23
Uso	23
Dinheiro	22
Rua	22
Facebook	21
Cliente	20
Comprar	20
Curso	20
<i>YouTube</i>	20
Aprendi	19
Quarto	19
Vendo	19
Difícil	18
Família	17
Fazendo	17

Fonte: Autora (2019) e software ATLAS.ti.

Figura 2 – Lista de códigos associados nas entrevistas

Fonte: Autora (2019) e *software ATLAS.ti*.

A próxima etapa foi construída a partir de cada citação ou respostas dos sujeitos da pesquisa. As menções são trechos dos documentos elementares (entrevistas) criadas pela autora da pesquisa a partir da seleção de uma passagem relevante, retomando o estado da arte desta análise.

Tabela 2 – Representatividade dos dados coletados

Eixo teórico	Representatividade
Comportamento e cultura digital	40
Literacia de mídia e informação	43
Empreendedorismo	56
Inclusão e exclusão digital	22
Total	161

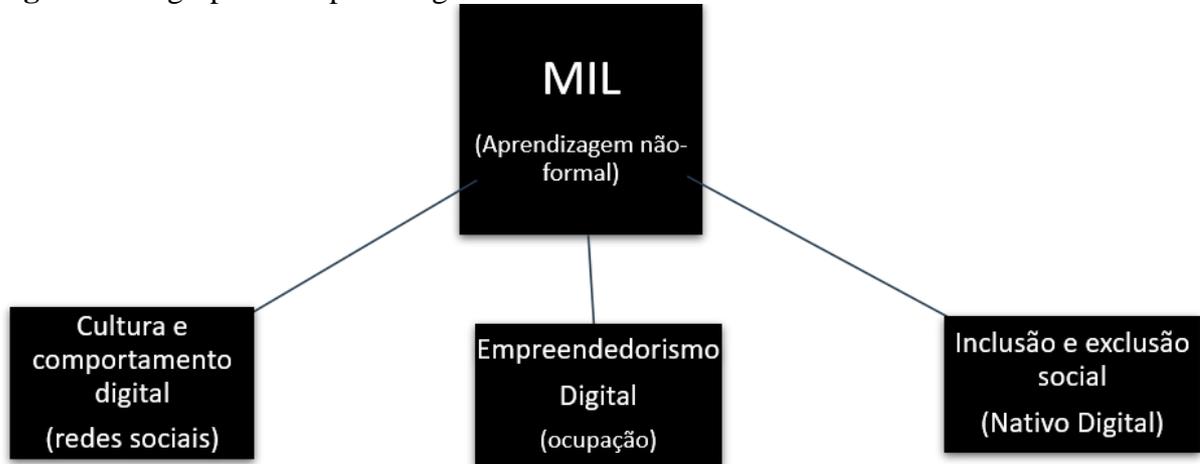
Fonte: Autora (2019) e *software ATLAS.ti*.

3.5 Definição das categorias e regras por representatividade

Com as palavras-chaves alcançadas pela análise das citações dos entrevistados, e fazendo uma conexão com o estado da arte, utilizou-se a análise de conteúdo de Bardin (2011), promovendo o agrupamento das entrevistas em quatro categorias, tendo como base as MIL que norteiam essa dissertação. Ficou assim dividido então: 1- MIL, 2- cultura e

comportamento digital (redes sociais), 3- empreendedorismo digital (ocupação), e 4- inclusão e exclusão digital (nativo digital).

Figura 3 – Agrupamento por categorias



Fonte: Autora (2019).

Para fazer uso da técnica de análise de conteúdo, optou-se pela utilização do conceito de Eshet-Alkalai (2004), que busca entender os diferentes níveis de literacia digital. Abaixo, segue a classificação dos níveis de literacia digitais:

Quadro 3 – Níveis de literacias digitais conforme o modelo de Eshet-Alkalai (2004)

Literacia	Definição
1- Literacia foto-visual	Consiste na capacidade de decodificação interfaces visuais.
2- Literacia de reprodução	É a habilidade do sujeito em criar uma tarefa de interpretação expressiva, de maneira autêntica e criativa com as informações já existentes.
3- Literatura do pensamento de hipermídia (não linear)	É a capacidade de o sujeito interagir com as estruturas não lineares e hipermídias que são características dos ambientes <i>on-line</i> .
4- Literacia da informação	Abarca tanto os conhecimentos dos recursos informacionais e as habilidades de percebê-los, encontrá-los, avaliá-los, organizá-los, quanto a capacidade de recriá-los para resolver os problemas.

5- Literacia socioemocional	Os usuários devem ser muito críticos e ter um grau de literacia de informação e reprodução. Estão relacionadas às habilidades de compartilhamento de informações e emoções na rede.
-----------------------------	---

Fonte: Autora (2019), baseada no conceito de Eshet-Alkalai (2004).

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A partir de cinco entrevistas realizadas com os jovens empreendedores de Praia Grande, optou-se pela análise de conteúdo (BARDIN, 2011) já explorada no capítulo 3. Desta forma, serão verificadas o estado da arte, a fim de entender melhor os atores sociais investigados. Aqui serão apresentados os resultados da pesquisa de campo realizada entre julho e setembro de 2018.

Vale ressaltar que esse é um trabalho desafiador, uma vez que, como proposto na justificativa desta análise, existe uma demanda latente de pesquisa científica em língua portuguesa que agregue os termos: empreendedorismo digital, *MIL* e os jovens de baixa renda, que são empreendedores por meio da *Internet*. Acrescentou-se outro desafio, a categorização de inúmeros *insights* que surgiram durante a pesquisa.

Nas próximas páginas, discorre-se sobre os resultados de escolhas, mas de maneira nenhuma se pretende esgotar o tema estudado. A pesquisa participante como método auxiliou a pesquisa no entendimento dos temas abordados, e a análise de conteúdo deu *corpus* ao estudo. Acredita-se que, deste estudo, possam surgir novos olhares de cunho científico. O arcabouço da apresentação dos dados dessa análise é realizado em três momentos: empreendedorismo digital, cultura e comportamento digital e inclusão e exclusão digital, sempre permeando por meio da *MIL*.

No primeiro momento, procura-se entender como as *MIL* ajudam os jovens de baixa renda a aprender novas ocupações, destacando o perfil, percepções, identificações e conteúdos por meio dos relatos. No momento, procura-se entender de que forma o empreendedorismo digital aparece na vida dos jovens de baixa renda. A terceira divisão se dá pelo comportamento e cultura digital dos jovens de baixa renda de maneira a compreender também os usos das *MIL* e seu comportamento dentro da rede. A quarta e última seção desse capítulo se dá pela exclusão e inclusão digital.

Os textos a seguir são intermediados por categorias, embasadas na análise de conteúdo (BARDIN, 2011), delineando as literacias dentro do cotidiano do público pesquisado, destacando as mesmas como possíveis provedoras do empreendedorismo digital.

4.1 O uso e aprendizagem na *web*

Nas primeiras pesquisas de campo foram observadas, por meio das entrevistas em profundidade, a aprendizagem na *web* das ocupações realizadas por jovens de baixa renda. Os sujeitos pesquisados mostraram-se bastante hiperconectados (CASTELLS, 1999a). Mesmo

quando não possuem um *smartphone* ou *Internet*, eles possuem outras formas lícitas de acessar a *web*, por meio da *Internet* do amigo e em *lan houses* (ANGELUCI; GALPERIN, 2012).

Na história do acesso à rede, os mais pobres foram e são os últimos a terem acesso à *web*, e isso só ocorre quando existe um barateamento dos equipamentos tecnológicos (PASSARELLI; JUNQUEIRA; ANGELUCI, 2014). Com isso, ocorrem mudanças na cultura contemporânea elencada por cibercultura ou cultura digital (LEMOS, 2009). Essa nova mudança de comportamento se dá a partir do momento em que os equipamentos eletrônicos, como, por exemplo, os *smartphones* e *tablets*, já estão inseridos no cotidiano da sociedade.

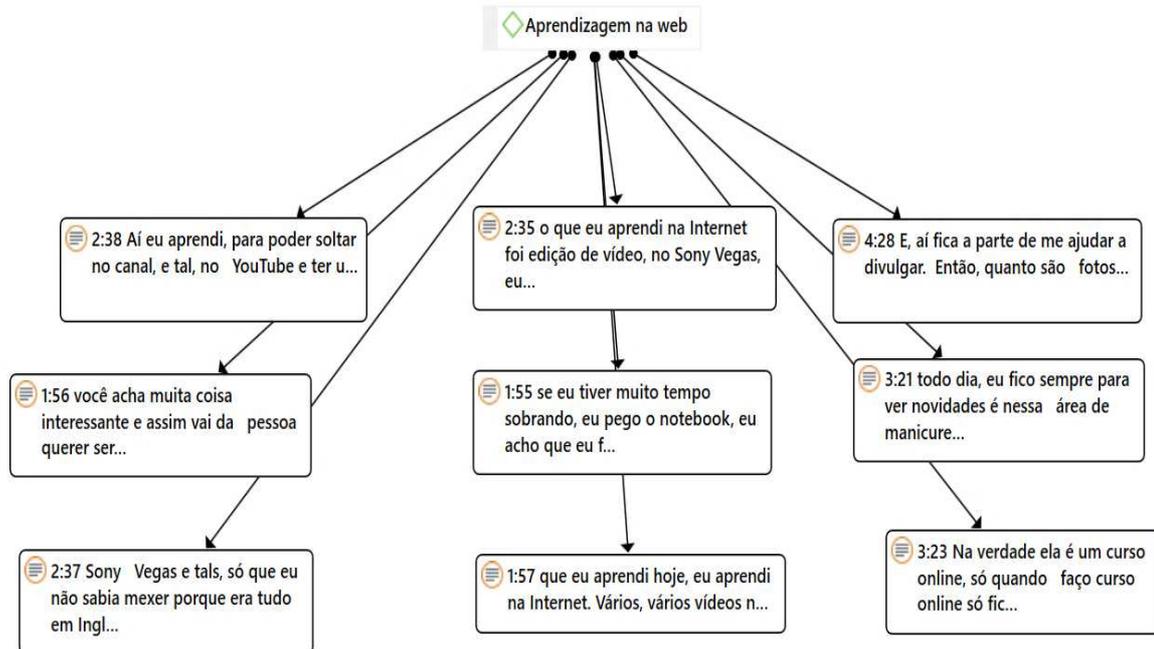
Observou-se, como mostra a imagem (Figura 5), que durante a entrevista os jovens mantiveram-se conectados e respondendo a clientes e amigos. E foi por meio das entrevistas que as referidas questões, comportamento e cultura digital para a aprendizagem de suas ocupações por meio das *MIL*, emergiram durante a análise de conteúdo.

Figura 4 – Fotografia de jovem manuseando o *smartphone* durante a entrevista



Fonte: Autora (2019).

Figura 5 – Desdobramentos dos relatos sobre as *MIL*, para aprendizagem

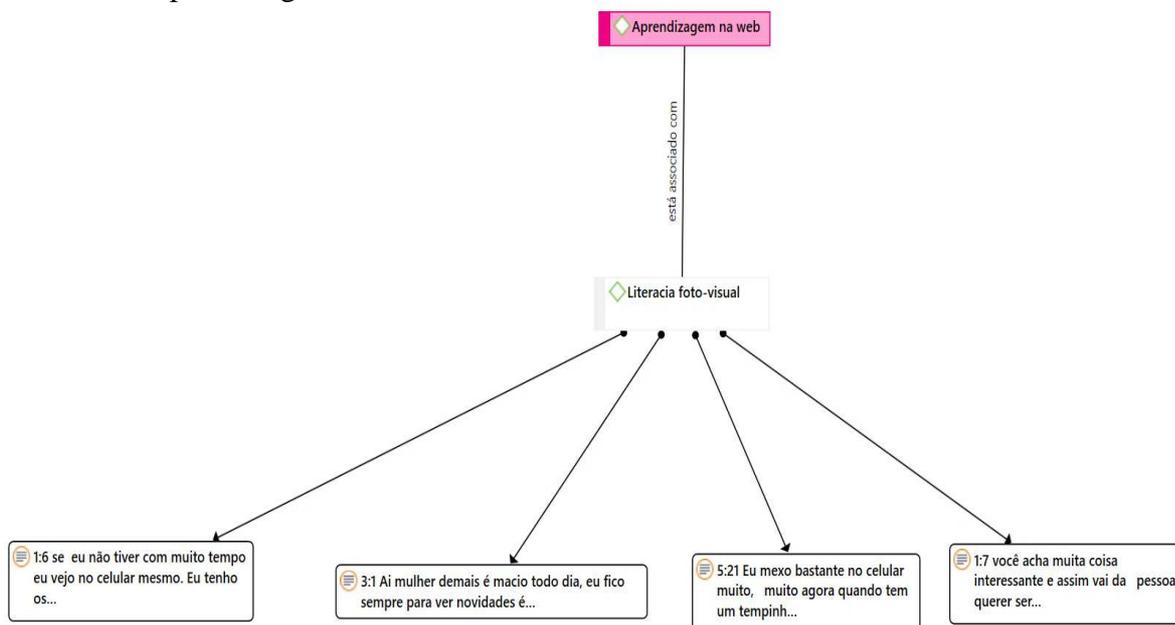


Fonte: Autora (2019), elaborada a partir do *software ATLAS.ti*.

4.1.1 Literacia foto-visual para a aprendizagem não formal

Os relatos coletados foram aglomerados pelo *software ATLAS.ti*, utilizando a técnica de rede (Figura 7, retornando aos cinco relatos transcritos formando uma rede de cultura e comportamento que envolve a literacia foto-visual). Foram encontrados 40 relatos (falas) entrevistados por meio do *software ATLAS.ti* que evidenciam o comportamento e a cultura que evidenciam as *MIL* no comportamento e na cultura digital.

Figura 6 – Desdobramentos dos relatos sobre as MIL, literacia foto-visual para a aprendizagem



Fonte: Autora (2019), elaborada a partir do *software ATLAS.ti*

Nos relatos, encontrou-se a importância desse ator social de se manter conectado ao ciberespaço fazendo uso do dispositivo, para interagir e aprender na *web*. Esta categoria está fortemente relacionada à habilidade de MIL descrita por Eshet-Alkalai (2004), que é a literacia foto-visual, a qual trata da capacidade de decodificar interfaces visuais. O primeiro exemplo é o da maquiadora e *designer* de sobrancelha que se mantém conectada caracteriza a presença da literacia foto-visual:

Eu mexo bastante no celular, quando tenho um tempinho eu vou lá e mexo. Assim, eu ficava 24 horas no *YouTube*, era direto. Não, eu digo assim, 24 horas, eu ficava muito tempo, eu parava, para mexer no celular ficava no *YouTube* umas 4 horas direto.

Nessa mesma linha, a confeitadeira utiliza-se das habilidades pertinentes à MIL para se manter hiperconectada e aprendendo. Também é possível catalogar a MIL (ESHET-ALKALAI, 2004) na literacia foto-visual.

Eu pego o *notebook*, eu acho que eu fico mais à vontade agora, se eu não tiver com muito tempo, eu vejo no celular mesmo. Eu tenho os dois 3G e uso o *wi-fi*. Quem paga é meu pai, e ele não sabe nem o que é *Internet*.

Outra *persona* estudada, a manicure, também apresentou forte habilidade de MIL voltada à literacia foto-visual. A entrevistada apresenta aspectos no que tange ao

comportamento e cultura digital, de modo a se manter o tempo todo hiperconectada e aprendendo.

Todo dia, eu fico sempre para ver novidades nessa área de manicure, eu fico bastante no Insta, eu sigo bastante mulher, fico vendo o trabalho delas, pelo *wi-fi* de casa, aqui tem *wi-fi* também, a gente colocou aqui, eu não sei te dizer direito porque meu sogro que colocou, ele que paga.

O multitarefa fala do hábito de utilizar as *MIL* para sua multimarca. Assim como os outros sujeitos, ele também se utiliza da literacia foto-visual de Eshet-Alkalai (2004) potencializando sua capacidade de alcance e visualizações nas redes sociais.

Tem o Instagram, tem a página no *Face (sic)* que é o mesmo nome, isso pra roupa. Tem também a parte da produção. Tem o *YouTube* também, lá tem uns vídeos da galera que eu já fiz a produção ou participei de alguma forma e tem os meus trabalhos também de desenho nos eventos, nas intervenções ou em casa mesmo, e música, e os meus trabalhos específicos.

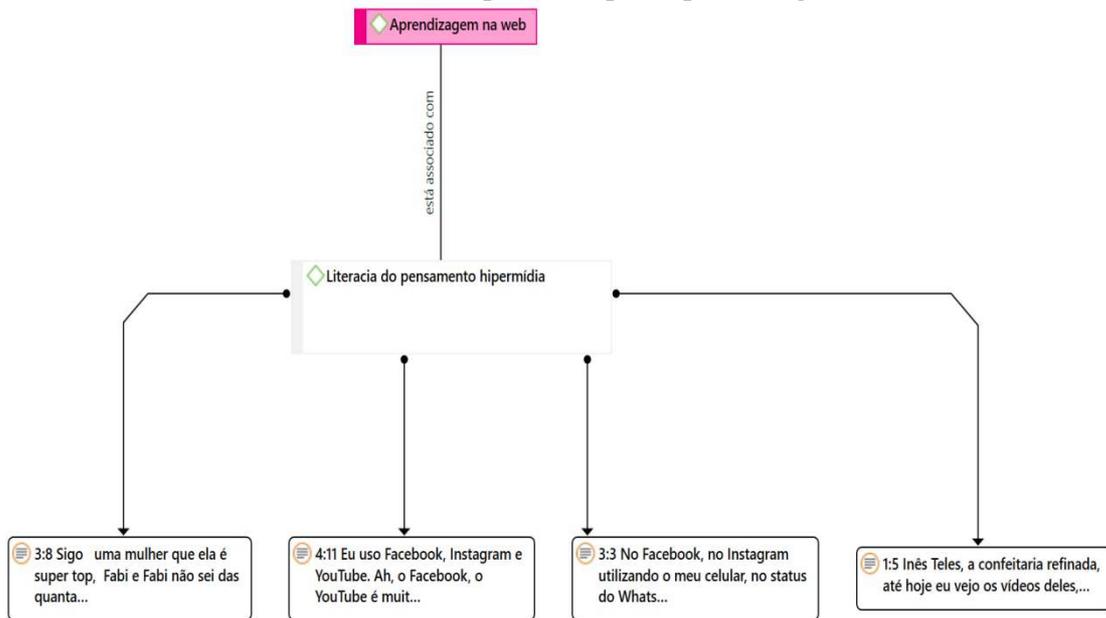
A cantora de *rap gospel* utiliza as habilidades de *MIL* no contexto das literacia foto-visuais de Eshet-Alkalai (2004) para se manter conectada às redes sociais. Decerto que a literacia foto-visual auxilia a cantora na aprendizagem das interfaces visuais: “Eu uso *Facebook*, *Instagram* e *YouTube*. No *YouTube* é muito difícil de conseguir, porque as pessoas, eu acho, que consomem mais dados, então, é só quem tá *wi-fi*”.

Nessa categoria, todos os atores sociais investigados atingiram o primeiro nível de literacia digital, que compreende à literacia foto (ESHET-ALKALAI, 2004). Dessa forma, faz-se necessário compreender que todos os sujeitos pesquisados, além de se manterem conectados, seja por meio de *Internet* banda larga ou *wi-fi*, manuseiam os equipamentos tecnológicos existentes para o acesso à *web*.

4.1.2 Literacia do pensamento hipermídia para a aprendizagem

Das 40 citações coletadas através do *software ATLAS.ti* emergiram algumas falas (Figura 8) que se relacionam com a literacia do pensamento hipermídia (não linear) de Eshet-Alkalai (2004), que são as habilidades de interagir com as estruturas não lineares e hipermidiáticas caracterizadas em ambientes virtuais.

Ao navegar pela *web*, o usuário tem diversas possibilidades de hipertextos, *hyperlinks*, de forma que os sujeitos que têm uma boa literacia de hipermídia mantém organizado o pensamento não linear e foca-se no conteúdo sobre o qual ele quer ser informado ou aprender Eshet-Alkalai (2004).

Figura 7 – Desdobramentos da literacia hipermídia para aprendizagem

Fonte: Autora (2019), elaborada a partir do *software ATLAS.ti*

A confeitaria salienta sobre o hábito de usar várias redes sociais e plataformas da *web*. Isso está relacionado com a habilidade de *MIL* no que tange à literacia do pensamento hipermídia. Ela aumenta seus conhecimentos por meios das redes sociais: “Eu via a Inês Teles, da confeitaria refinada, até hoje eu vejo os vídeos deles, é como da Penélope *Academic*, só nome de confeitarias muito *top*”.

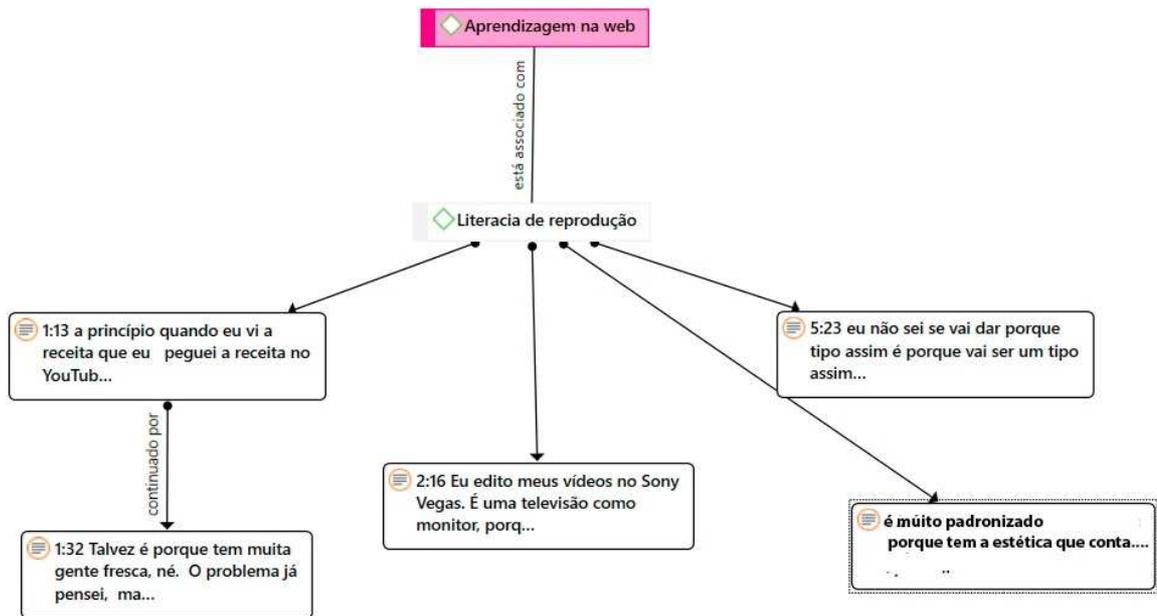
A cantora de *rap gospel* também se utiliza da sua habilidade de *MIL* na vertente da literacia do pensamento de hipermídia, que consiste nas habilidades de interagir com as estruturas não lineares e hipermidiáticas, que caracterizam os ambientes *on-line*, para decodificar a interface visual das redes sociais. Dessa maneira, fazendo uso da literacia, a cantora aumenta seus conhecimentos das interfaces das redes: “O *Instagram* também, no *Instagram* mais foto, no *Facebook* não, se eu não tiver uma foto, um vídeo para postar, eu vou buscar só um texto e vai alcançar da mesma forma”.

Os outros sujeitos da pesquisa não apresentaram habilidades relacionadas à categoria de aprendizagem literacia do pensamento hipermídia.

4.1.3 Literacia de reprodução para a aprendizagem

A aprendizagem na *web* por meio da literacia de reprodução compreende na maneira como uma informação é reescrita, de maneira que essa reescrita não seja considerada plágio. O usuário deve dar sentido às palavras, não alterando o conjunto de ideias.

Figura 8 – Desdobramentos da literacia de reprodução para a aprendizagem



Fonte: Autora (2019), elaborada a partir do *software ATLAS.ti*

Neste contexto, emergiram algumas falas dos sujeitos da pesquisa sobre a literacia de reprodução (ESHET-ALKALAI, 2004). A confeitadeira demonstrou que já tem habilidades para as *MIL* de reprodução e tem vontade de ter seu próprio canal na *web*.

Tenho vontade de ensinar para as pessoas como fazer, porque eu gosto de ensinar para as pessoas, principalmente coisas de comer. Porque eu sou muito tímida, olha, eu tô (sic) com vergonha de falar aqui agora, imagina para um monte de gente e também por conta da minha cozinha assim, se eu tivesse tipo, falando esteticamente: uma cozinha mais organizada tipo, eu tivesse todos os equipamentos que precisa e tipo, tudo combinando, aquelas coisinha bonitinha, coisa de gente fininha mesmo, né.

Figura 9 – Fotografia de jovem realizando *live*



Fonte: Facebook (reprodução).

A maquiadora e *designer* de sobrancelha é uma produtora de conteúdo (Figura 10), aprendeu a se maquiar e realiza *lives* voltadas à maquiagem na rede social Facebook: “O máximo de pessoas que já viram minha *live* foram 100 mil pessoas. Se não fossem as redes sociais na minha vida eu não seria nada, porque o meu trabalho 70%, é realizado com a ajuda da *Internet*”. Isso está relacionado com a aptidão para a literacia de reprodução (ESHET-ALKALAI, 2004), que consiste em reproduzir o mesmo conteúdo de maneira criativa.

O multitarefa, em sua fala, disse que não se sente ainda apto para ensinar, mas durante a gravação ele mostrou como uma pessoa pode fazer um minivídeo e, por meio dessa aprendizagem, ele reproduz vídeos musicais na *web*. Dessa maneira, o multitarefa também tem habilidade para aptidão para a literacia de reprodução.

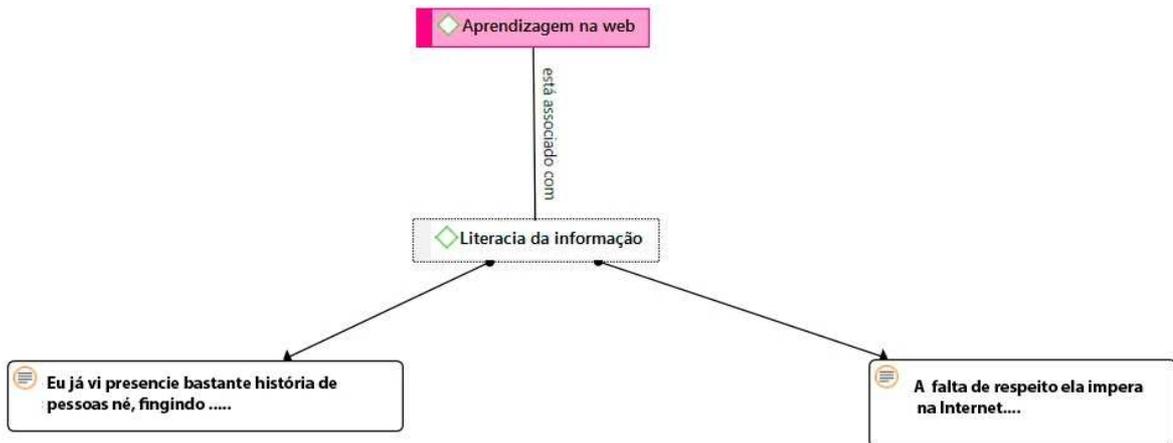
Eu aprendi vendo videoaulas, eu faço coisas simples, não sou nenhum *expert*. Porque eu teria que fazer um cursinho na área, para ter mais experiência, ter equipamentos. E usar outros equipamentos melhores, câmera, bom computador, uso celular *Samsung* todo quebrado.

Os demais sujeitos pesquisados demonstraram durante a entrevista não ter literacia para reprodução em profundidade na categoria aprendizagem.

4.1.4 Literacia de informação para a aprendizagem não formal

A literacia de informação consiste em ter conhecimentos dos recursos informacionais, habilidades e competência, percebê-los e examiná-los, e ainda ter poder para recriá-los, a fim de resolver problemas.

Figura 10 – Desdobramentos da literacia de informação para aprendizagem



Fonte: Autora (2019), elaborada a partir do *software ATLAS.ti*

A cantora de *rap gospel* explica sobre os perigos da *Internet*: “É um mundo sem dono, né (sic). A falta de respeito, ela impera na Internet. É um lugar aonde todo mundo, chega faz o que quer, não tem limite. Tem e não tem, né”. Assim, isto está relacionado com uma habilidade e competência de *MIL*, segundo o conceito de Eshet-Alkalai (2004), que engloba o conhecimento dos recursos da informação presentes na literacia de informação.

A manicure também demonstrou competência e habilidade para a literacia de informação (ESHET-ALKALAI, 2004), pois agrega os conhecimentos sobre os recursos informacionais:

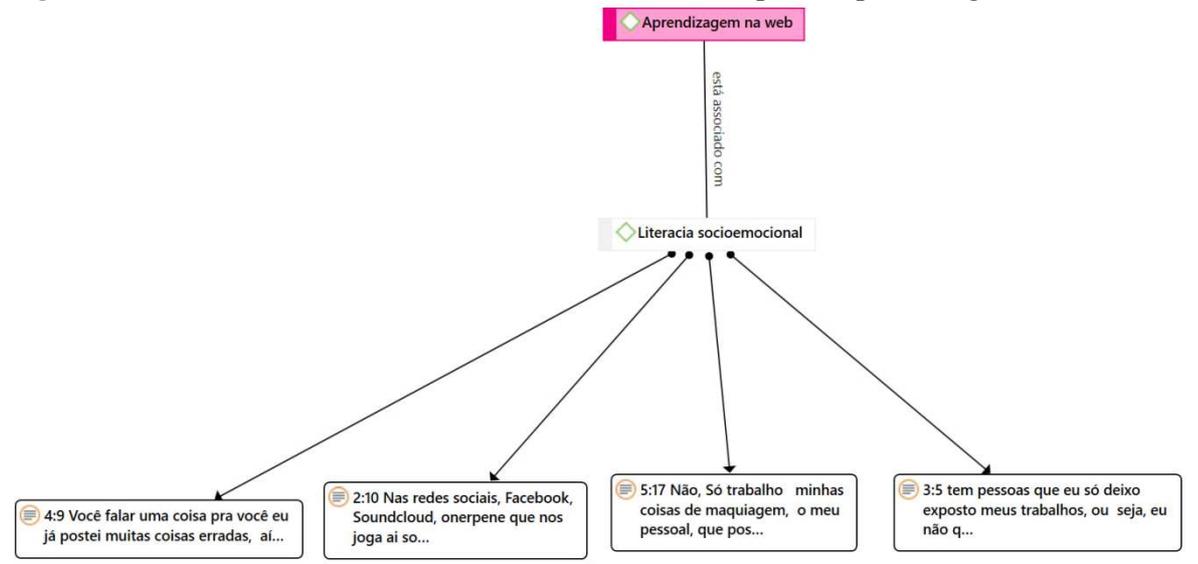
Foi bom, em relação de trabalho, conhecimentos, até você encontrar um parente distante, dois tios do Rio de Janeiro, tios não, primos da minha mãe, mas tem coisa ruim também? Muito ruim. Eu já vi, presenciei bastante história de pessoas fingindo ser o que não é, discutindo e farsando (*sic*) uma história.

Os demais sujeitos que fizeram parte da pesquisa não demonstram habilidade e conhecimento para a literacia de informação.

4.1.5 Literacia socioemocional para aprendizagem

As habilidades de compartilhamento de informações e emoções em rede são consideradas literacia socioemocional (ESHET-ALKALAI, 2004). Essa é a capacidade de se engajar socialmente, participar e colaborar na produção do conhecimento coletivo.

Figura 11 – Desdobramentos da literacia socioemocional para a aprendizagem



Fonte: Autora (2019), elaborada a partir do *software ATLAS.ti*

A cantora de *rap gospel*, em sua fala, explica sobre a habilidade para a literacia socioemocional em compartilhar. Assim sendo, essa fase está relacionada à habilidade de MIL no conceito de Eshet-Alkalai (2004):

Meu noivo sempre fala: ‘antes de você postar, ler duas, lê três vezes, o que você não souber de palavra você troca por outra palavra, que você sabe como escrever correto, mas tem essa atenção’. Eu sou muito... eu não tenho paciência. Eu sou apressada, isso é uma coisa que atrapalha muito, mas ele [noivo] sempre dá uma olhada.

A maquiadora e *designer* de sobrancelhas também possui habilidade para ao compartilhar os conteúdos referentes a sua ocupação: “Só trabalho, minhas coisas de maquiagem, no meu pessoal [Facebook], eu posto coisas com meu namorado, família, essas coisas”. Portanto, ela também possui habilidade e competência para literacia socioemocional embasada no conceito de Eshet-Alkalai (2004), uma vez que, ela só compartilha sua vida pessoal e algumas informações com um grupo exclusivo:

Igual minha foto você vê, não vê? Tem pessoas que não consegue ver, tem pessoas que eu só deixo exposto meus trabalhos, ou seja, eu não quero que fulano vai ver meu trabalho, eu tipo, eu incluo ela como.

A confeitadeira apresenta um pouco de habilidade para a literacia socioemocional (ESHET-ALKALAI, 2004) por compartilhar suas postagens e participar na cooperação para o conhecimento coletivo: “Eu não tinha costume de usar o *Instagram* passei a usar agora recentemente, então, eu posto mais direto no *Facebook* porque eu fico direto no *Facebook*”.

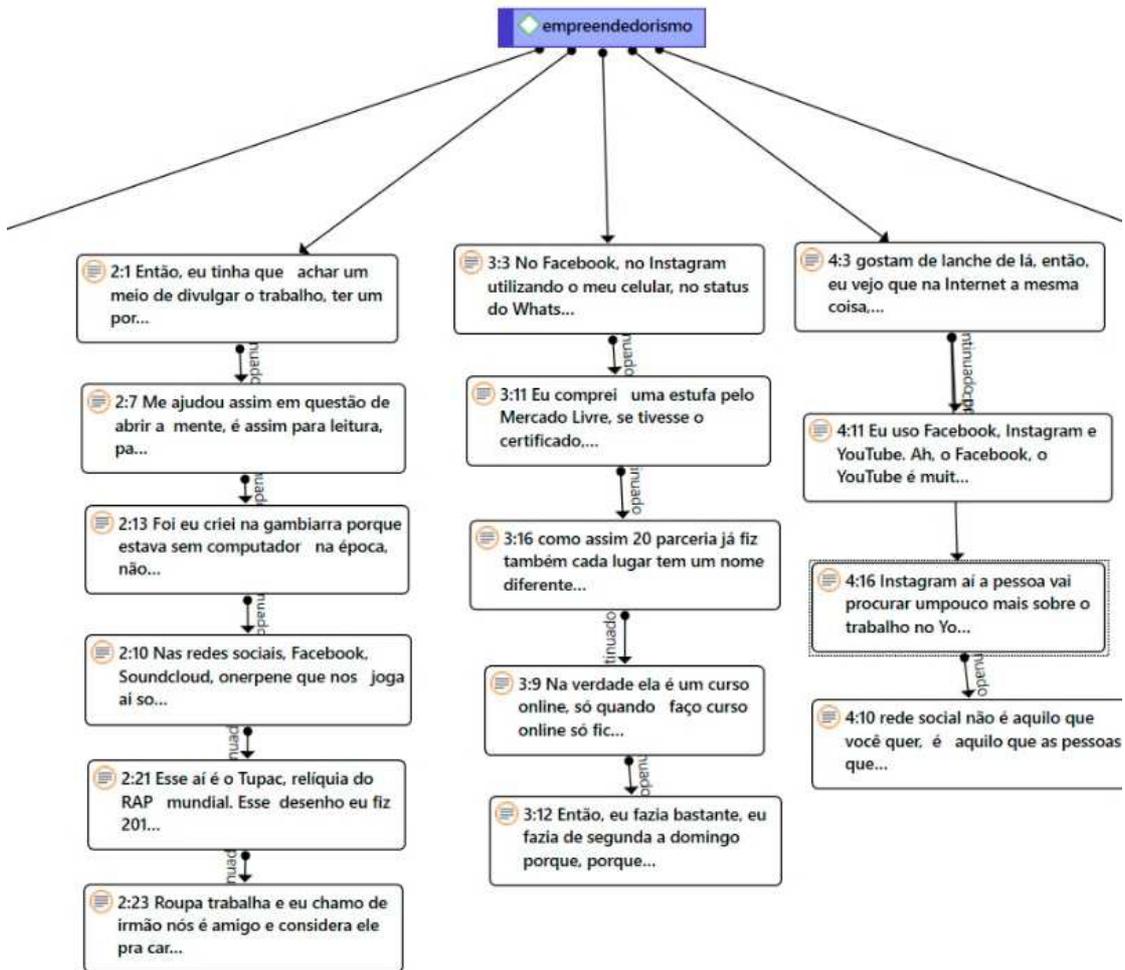
Os outros entrevistados pesquisados não demonstraram habilidades para a literacia socioemocional em profundidade durante a entrevista.

4.2 Habilidades e competências para o empreendedorismo digital

Agora que já se conhece os tipos de aprendizagem e literacias exercidas pelos sujeitos da pesquisa, faz-se necessário apresentar e discutir os dados imbricados com o empreendedorismo digital. Recapitulando que esses dados são decorrentes da uma entrevista em profundidade.

Após o uso do *software ATLAS.ti* foram gerados mapas mentais, a partir das 53 citações coletadas, para a categoria do empreendedorismo digital.

Figura 12 – Desdobramentos das literacias para o empreendedorismo digital

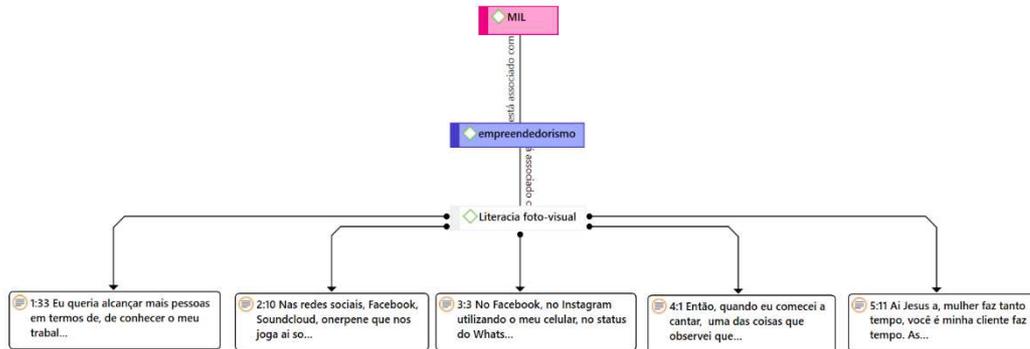


Fonte: Autora (2019), elaborada a partir do *software ATLAS.ti*.

4.2.1 Literacia foto-visual para o empreendedorismo digital

Esta categoria é sobreposta pelo empreendedorismo digital e a literacia foto-visual (ESHET-ALKALAI, 2004), relacionando a capacidade do sujeito em interpretar as interfaces visuais fomentando seus negócios na *web*.

Figura 13 – Desdobramentos das literacias foto-visual para o empreendedorismo digital



Fonte: Autora (2019), elaborada a partir do *software ATLAS.ti*.

A maquiadora e designer de sobrancelha fala do hábito de usar *lives* do Facebook para divulgar seus produtos. Isso se relaciona com uma habilidade de *MIL* descrita por Eshet-Alkalai (2004), que é a literacia foto-visual, que trata da capacidade de decodificar interfaces visuais. Usando essa literacia, ela potencializa sua capacidade de venda e manifesta seu empreendedorismo nas redes: “Se não fossem as redes sociais na minha vida eu não seria nada, porque o meu trabalho, 70%, além de ser bom e bem feito, a *Internet* que me ajuda a divulgar ele Onde que você me conheceu, minha cliente? Na *Internet*”.

Do mesmo modo, a manicure também faz uso da literacias foto-visual do conceito de Eshet-Alkalai (2004), para fomentar sua ocupação nas redes sociais. De fato, ela interpreta esse tipo de literacia:

No *Facebook*, no *Instagram*, utilizando o meu celular, no *status* do *WhatsApp*, sempre divulgando, sempre mandando para as meninas. Eu uso do meu *Facebook*, só mesmo perfil do *Facebook* do *Instagram*, são os mesmos, como pessoal, como está a trabalho, atrapalha um pouco.

O multitarefa faz uso das redes sociais para empreender. Logo está relacionado à literacia foto-visual de Eshet-Alkalai (2004), interpretando as interfaces do dispositivo e da *web*: “Nas redes sociais, *Facebook*, *One RPM*, *Sound Cloud*, *Deezer* que nós jogamos, soltamos, no *Spotify*. Impulsiona aí, tem que tirar dinheiro, tem, para impulsionar e o boca a boca e não devem ir para rua mostrar o que não sabe fazer”.

A confeitadeira faz uso das redes sociais para interagir e conquistar novos clientes. Desse modo, isso se relaciona à literacia foto-visual de Eshet-Alkalai (2004), no qual o usuário emprega o modelo para interpretar as interfaces visuais do dispositivo e da *web*:

Eu queria alcançar mais pessoas para conhecerem o meu trabalho, porque tem muita gente ainda que não me conhece, então eu criei uma forma das pessoas me seguirem no *Instagram*, porque assim no *Facebook* elas iam me seguir mais fácil, então, elas iam me seguir no *Instagram* porque eu tenho poucos seguidores e porque também eu vejo que muitas confeitadeiras também têm muitos seguidores no *Instagram* e isso ajuda também, aí por isso que eu fiz. Fiz um sorteio de uma bandejinha ontem de dez coxinhas de morango e, quem me seguir no *Instagram* e curtir minha publicação e compartilhar no *Facebook* participará do sorteio.

E, por último, a cantora de *rap gospel* também recorre às redes sociais para cativar novos fãs. Desse modo, esse recurso está associado à categoria literacia foto-visual do conceito de Eshet-Alkalai (2004), no qual é aplicada a ideia de interpretação das interfaces visuais dos aparelhos tecnológicos e da *web*:

Quando eu comecei a cantar, uma das coisas que observei, o artista trabalha não só com a voz, mas com a imagem do meio, do estilo eu canto o *rap* que eles postam, divulgam lugares que então, se eu vou cantar vou fazer um evento perto da minha casa e vou cantar lá, se eu não divulgar, as pessoas não sabem que tem um evento e a forma mais fácil de divulgar através da rede social, então, seja por uma foto com *fly*, seja por um vídeo ou só por uma mensagem tipo de uma linha. Mas é uma forma de alcançar geral. Então, já fiz curso de informática, o que é para mexer ajuda bastante, então, às vezes eu queria postar uma foto e queria fazer um *fly*. Não sabia fazer um *fly* profissional, mas com base com o que aprendi no curso, no *Photoshop*, eu bolava alguma coisa e ia empurrando.

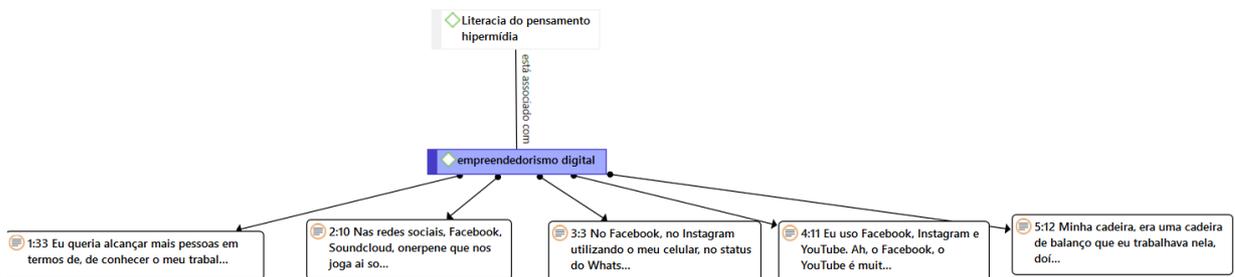
Nesta fase, todos os sujeitos das pesquisas atingiram a literacia foto-visual para o empreendedorismo, conforme o modelo proposto por Eshet-Alkalai (2004).

4.2.2 Literacia de hipermídia para o empreendedorismo digital

Na seção empreendedorismo digital foram coletadas 56 citações através do *software ATLAS.ti*. Deste modo, emergiram algumas falas (Figura 15) associadas à literacia do pensamento hipermídia (não linear) de Eshet-Alkalai (2004), que é a habilidade de interagir com as estruturas não lineares e hipermidiáticas caracterizadas em ambientes virtuais.

Quando o usuário navega pela *web*, ele tem diversas possibilidades, como hipertextos e hiperlinks que o levam para outras páginas dentro da rede. Os sujeitos que dominam essa categoria mantêm o pensamento não linear organizado, focando nos conteúdos que pretendem aprender ou se informar (ESHET-ALKALAI, 2004).

Figura 14 – Desdobramentos das literacias pensamento hipermissão para o empreendedorismo digital



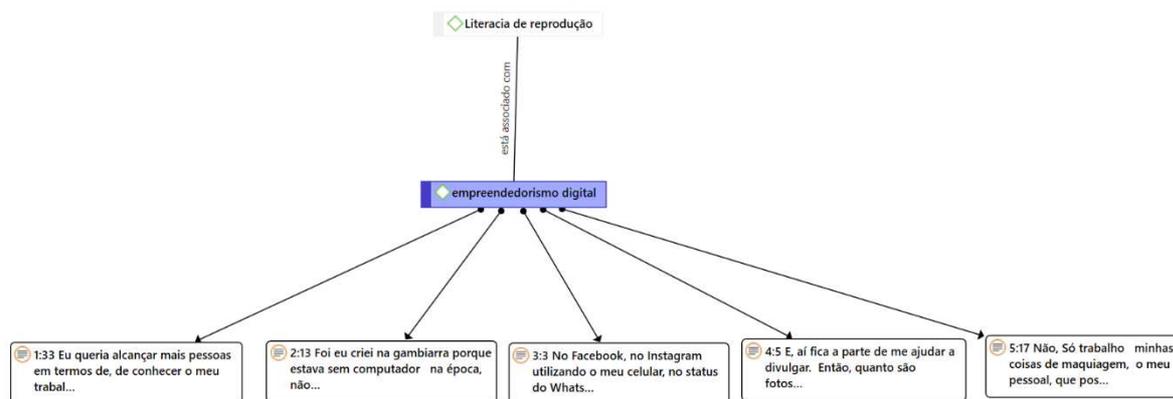
Fonte: Autora (2019), elaborada a partir do *software ATLAS.ti*.

A confeiteira emprega a literacia de pensamento hipermissão (ESHET-ALKALAI, 2004) utilizando várias redes sociais, tanto para aprender como para realizar a sua propaganda. O relato da confeiteira se repete ao item 4.2.1, ao citar como ela utiliza diversas plataformas para empreender na *web*, categoria que é apontada como a competência do usuário de interagir com as estruturas não lineares e hipermissões, que são peculiaridades na esfera digital:

Eu queria alcançar mais pessoas, em termos de conhecer o meu trabalho, porque tem muita gente ainda que não me conhece, então, eu criei uma forma das pessoas me seguirem no *Instagram*, porque assim no *Facebook* elas já me encontrariam mais fácil, então, elas iam me seguir no *Instagram* porque eu tenho poucos seguidores e porque também eu vejo que muitas confeiteiras também têm muitos seguidores no *Instagram* e isso ajuda também, por isso que eu fiz. Fiz um sorteio de uma bandejinha ontem de dez coxinhas de morango e, quem me seguir no *Instagram* e curtir minha publicação e compartilhar no *Facebook* participará do sorteio.

4.2.3 Literacia reprodução para empreendedorismo digital

A subcategoria literacia de reprodução (ESHET-ALKALAI, 2004) para o empreendedorismo digital representa aptidão do sujeito em criar uma ação de compreensão autêntica e criativa com informações já existentes.

Figura 15 – Desdobramentos da literacia de reprodução para o empreendedorismo digital

Fonte: Autora (2019), elaborada a partir do *software ATLAS.ti*.

A cantora de *rap gospel* descreve o hábito de produzir e reproduzir conteúdo nas redes sociais para alavancar seu negócio: “Eu postava minhas fotos lá, aí como eu coloco o *rap* cristão, então, o pessoal acabava chegando de alguma forma, né? E aí o pessoal manda mensagem para mim, na minha página”. Desse modo, pode-se relacionar o costume com a literacia de reprodução do modelo Eshet-Alkalai (2004), que trata da capacidade do indivíduo de reproduzir as estruturas não lineares, típicas do ciberespaço.

O multitarefa aproveita suas redes sociais para divulgar seus trabalhos. Este fato é apontado por Mafessoli (1998) como grupismo, e ao mesmo tempo essa prática está entrelaçada com a literatura de reprodução do modelo de Eshet-Alkalai (2004):

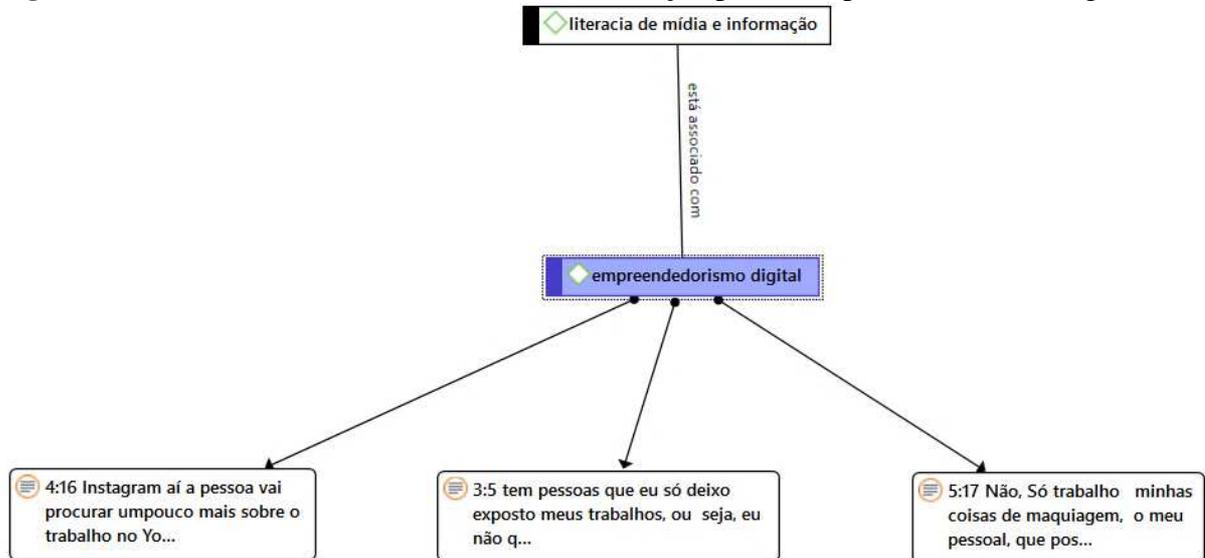
Ajuda a divulgar também, sai espalhando. Ah! Eles ajudam assim nas minhas redes sociais, compartilham o trabalho e acaba chegando a outras pessoas, atingindo amigos deles, que não é meu amigo, mas que acabam vendo o meu trabalho e, é isso, tipo (sic), na rua mesmo, na rua é eu e Deus. Eu vou com a cara e coragem, banco a minha passagem, meus gastos, meu material e vou e faço.

Em contrapartida, a confeitadeira utiliza suas redes sociais sem praticar o grupismo, mas exerce a literatura de reprodução (ESHET-ALKALAI, 2004), angariando novos clientes para sua ocupação:

Olha, eu acho que foram, se eu não me engano, quase duzentas pessoas no *Instagram*, eu tinha quatrocentos e alguma coisa de seguidores no *Instagram*, e subiu para 618, posto tudo do trabalho, todos diários que eu faço, tudo que eu faço posto lá, seja bolo caseiro, seja um brigadeiro, qualquer coisa eu tiro foto e posto, porque é daí que vem a minha propaganda.

4.2.4 Literacia da informação para empreendedorismo digital

Figura 16 – Desdobramentos das literacias informação para o empreendedorismo digital



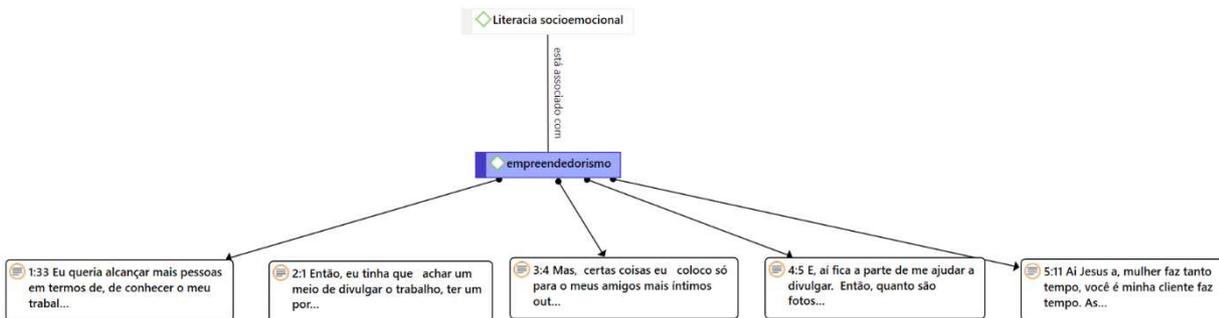
Fonte: Autora (2019), elaborada a partir do *software ATLAS.ti*.

Em sua fala, a cantora de *rap gospel* relata a necessidade de seguir, ou não, os padrões impostos pela mídia e a sociedade nas redes sociais para conseguir mais seguidores (público). Isso está alinhado ao conceito de Eshet-Alkalai (2004), que aponta a literacia de informação, que consiste em identificar, localizar e avaliar os recursos informacionais, a fim de recriá-los para resolver problemas:

Olha, é muito padronizado, porque tem a estética, que conta muito né? Então, se eu me produzo toda, vou tirar uma foto que agrada, que esteja no perfil, as pessoas gostam, eu vou ter mais acesso. Agora, se eu postar sei lá, eu gosto de estar sentada no chão, com uma roupa qualquer, não é algo agradável, que os olhos das pessoas não vão atrair. A rede social não é aquilo que você quer, é aquilo que as pessoas querem ver e se você faz aquilo que você quer, se você quer ser você, você pode até alcançar um público, mas é um caminho mais difícil. O mais fácil para você é fazer aquilo que as pessoas querem ver.

4.2.5 Literacia socioemocional para empreendedorismo digital

Os modos abordagem crítica para a literacia de informação e reprodução estão diretamente entrelaçados com habilidades de compartilhamento de informações e emoções na rede. Essa competência está imbricada a literacia socioemocional e dentro da categoria para o empreendedorismo digital foram elencados 56 relatos. No entanto, nem todos se relacionam à literacia socioemocional.

Figura 17 – Desdobramentos das literacias socioemocional para o empreendedorismo digital

Fonte: Autora (2019), elaborada a partir do *software ATLAS.ti*.

Quando a maquiadora e *designer* de sobrancelhas relata sobre seus *posts* na rede social *Facebook*, ela diz ter dois perfis pessoais – um para a família e amigos e outro apenas para o trabalho. Desta forma, ela usa um perfil nas redes sociais apenas para o trabalho: “Só trabalho, minhas coisas de maquiagem, o meu pessoal, que posto essas coisas com meu namorado, família essas coisas, eu posto no meu pessoal”. Isso está associado à literacia socioemocional (ESHET-ALKALAI, 2004) para o empreendedorismo digital.

A cantora de *rap gospel* utiliza-se da categoria socioemocional para trazer mais público para sua página. Mesmo sabendo que parte dos seus seguidores e possíveis seguidores não se manifesta em sua *fanpage*, ela compartilha suas postagens dentro da rede social *Facebook*. Como faz sempre uma abordagem crítica, até pelo contexto de suas músicas *rap gospel*, esse tipo de habilidade e competência está associado a literacia socioemocional:

Tem uma diferença da página para o seu perfil, porque a página as pessoas vão lá para olhar, e tem como você ver o seu alcance de pessoas, então, às vezes, uma foto, eu vou olhar, deu 3 mil, o alcance de pessoas e aí tem 5 curtidas, as pessoas elas vão lá, mas elas não mostram que elas estão lá. Eu sempre procuro ser eu por isso, que eu tenho trilhado esse caminho, independente da dificuldade, eu escolhi ser eu, porque quando se é você, você alcança um lugar, você não sai mais de lá e, quando você é aquilo que os outros quer, é como *hit*, ele vem hoje e amanhã ele já some e, tipo eu não quero ser *hit*, então, prefiro está na batalha mesmo, e eu falo bastante.

Nessa fase, nem todos os sujeitos pesquisados se mostraram aptos à literacia socioemocional para o empreendedorismo digital, uma vez que nem todos têm uma um perfil ou página apenas para compartilhar seu negócio.

4.3 Inclusão e exclusão digital

Ultrapassadas algumas fases das categorias e da literacia digital cunhada no conceito do Eshet-Akalai (2004), faz-se necessário apresentar, por meio de representatividade, as

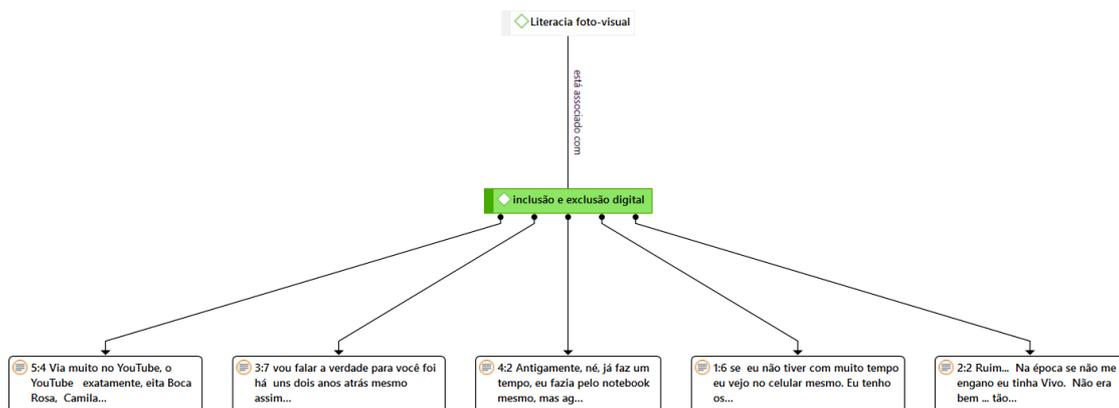
literacias dentro do eixo exclusão e para inclusão digital dos sujeitos investigados. Decerto, algumas frases já foram utilizadas nas categorias acima, portanto, será necessário repeti-las novamente para apresentá-las dentro do conceito mencionado de exclusão e inclusão digital. Foram elencados 22 relatos sobre o tema

A literacia aliada à exclusão e inclusão digital pode trazer ganhos para a sociedade. É o que a UNESCO (2018), em sua página, propõe: que a MIL pode promover “acesso igualitário à informação e ao conhecimento e os sistemas de mídia e informação livres, independentes e plurais” aos sujeitos. Por isso, esse subitem verifica os diversos tipos literacia dentro dessa temática.

4.3.1 Literacia foto-visual para a inclusão e exclusão digital

A categoria inclusão e exclusão digital sobreposta no modelo de Eshet-Alkalai (2004), dentro do eixo literacia foto-visual, é relacionada à capacidade do sujeito interpretar as interfaces visuais. Decerto que parte dos sujeitos pesquisados demonstraram a utilização da *web* para o aprendizado da MIL, nas mais variadas formas em que conseguiram acesso às redes sociais, desde aquisição de aparelhos eletrônicos, como o próprio acesso às redes sociais virtuais.

Figura 18 – Desdobramentos da literacia foto-visual para inclusão e exclusão digital



Fonte: Autora (2019), elaborada a partir do *software ATLAS.ti*.

O multitarefa explica que, apesar de ter um acesso ruim, mesmo assim consegue fazer uso das redes sociais. Isso se relaciona à sua capacidade de compreender as interconexões nos aspectos da *web*.

Eu peguei essas coisas pelo celular, ou então tem que ir na *lan house*, porque não tenho *Internet* em casa, por enquanto, eu já tive, já. Estou sem *Internet*,

desempregado, eu comecei num bico e não dava para ter essa responsabilidade. Porque eu tinha outras prioridades. Eu pesquisei na “Vivo” [empresa de telefonia], é uns R\$ 60,00 e R\$70,00, mas eu não sei, seria com *wi-fi*, se é linha, teria que me informar melhor, mas está nessa faixa de R\$ 70,00.

A cantora de *rap gospel* estava sem celular no momento da entrevista e explicou como ela acessava a rede para poder se comunicar com seu público-alvo e amigos. Isso se relaciona à competência de entender as interfaces da *web*, que integra a literacia foto-visual do modelo de Eshet-Alkalai (2004).

Antigamente, né, já faz um tempo, eu fazia pelo *notebook* mesmo, mas agora, como estou sem *notebook* e sem celular, eu faço pelo celular do meu noivo. É 3G o dele. Olha a *Internet* dele, ele trocou, é pela Nextel, mas é aquilo, você pagou a conta, você vai usar uma boa *Internet*, você não pagou a *Internet*, [não tem acesso].

A confeiteira utiliza seus diversos equipamentos tecnológicos para acessar a *web*. Daí a essa utilização do conceito Eshet-Alkalai (2004) associada à literacia foto-visual:

Pelo computador, pelo celular, se eu tiver muito tempo sobrando, eu pego o *notebook*, eu acho que eu fico mais à vontade; agora, se eu não tiver com muito tempo eu vejo no celular mesmo. Eu tenho os dois 3G e uso o *wi-fi*. Quem paga é meu pai, e ele não sabe nem o que é *Internet*.

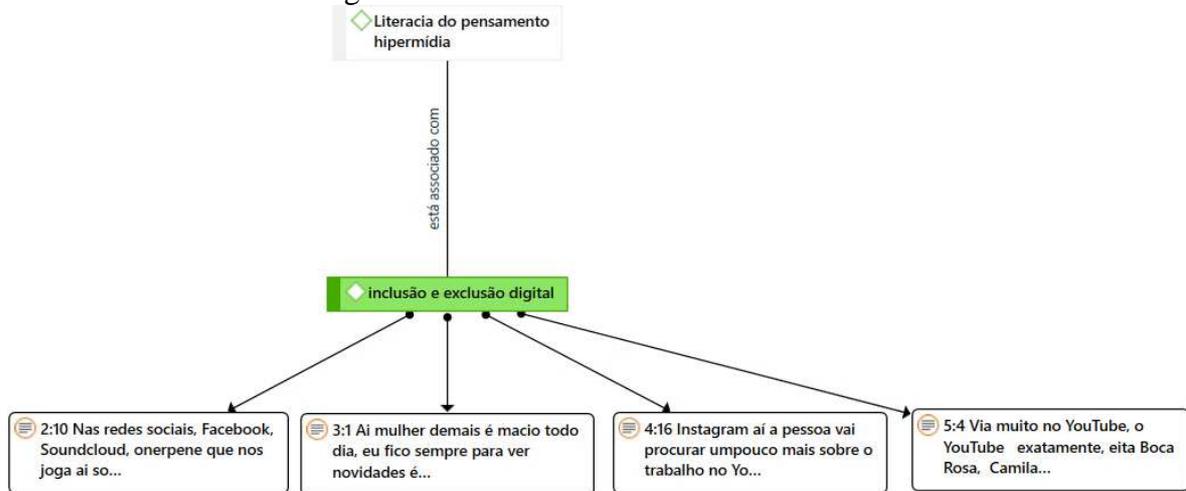
A manicure explicou que apenas teve acesso à *web* por meio do aparelho móvel que ganhou de um familiar e que, por isso, consegue acessar as redes sociais. Isso está relacionado com a literacia foto-visual.

Eu aprendi bastante técnica. Eu fui pegando um gosto, dinheirinho que eu pegava e comprava até, então, [eu] não tinha celular, fui ter o celular com *Android* com acesso à *Internet* com 18 anos de idade, três anos atrás, pela minha mãe, ela me deu.

4.3.2 Literacia de hipermídia para a inclusão e exclusão digital

Nessa etapa, dentro da representatividade das entrevistas coletadas, alguns dos sujeitos investigados apresentaram a utilização da literacia do pensamento hipermídia (ESHET-ALKALAI, 2004). Esse tipo de literacia está associada à aptidão do sujeito em interagir com as estruturas não lineares e hipermídias, que são características dos ambientes *on-line*.

Figura 19 – Desdobramentos da literacia do pensamento de hipermídia para inclusão e exclusão digital



Fonte: Autora (2019), elaborada a partir do *software ATLAS.ti*.

O multitarefa apresentou a literacia do pensamento de hipermídia a partir da forma como ele navega na *Internet* para realizar seu trabalho. O jovem faz uso dessa literacia (ESHET-ALKALAI, 2004) quando acessa as redes sociais para divulgar o seu trabalho, pois pratica a interação homem-máquina com as estruturas não lineares e hipermídias, que são características dos ambientes *on-line*:

Nas redes sociais, *Facebook*, *One RPM*, *Sound Cloud*, *Deezer* que nós jogamos, aí soltamos no *Spotify*. Impulsiona aí, tem que tirar dinheiro, tem, para impulsionar e é na boca a boca, e não devem ir para rua mostrar o que não sabe fazer. Ajuda a divulgar também, sai espalhando. Eles ajudam compartilhando meu o trabalho que acaba chegando a outras pessoas, atingindo amigos deles, que não é meu amigo, mas que acabam vendo o meu trabalho, e é isso, tipo na rua mesmo, na rua é eu e Deus. Eu vou com a cara e coragem, banco a minha passagem, meus gastos, meu material e vou e faço.

A manicure demonstrou aptidão para a literacia do pensamento de hipermídia (ESHET-ALKALAI, 2004) quando ela demonstra como navega e modo como acessa a *Internet*:

Todo dia, eu fico sempre para ver novidades é nessa área de manicure, eu fico bastante no *Insta*, mulher, fica o trabalho dela vai, pelo *wi-fi* de casa, aqui *wi-fi* também a gente colocou aqui, eu não sei te dizer direito porque meu sogro que colocou, ele é que paga.

Outro sujeito investigado, a *designer* e maquiadora, também apresentou a literacia pensamento hipermídia (ESHET-ALKALAI, 2004), e ainda explicou que faz uso da banda

larga em seus relatos: “Via muito no *YouTube*, exatamente, Boca Rosa, Camila Coelho, um monte, ah é porque eu esqueço, muito nome. [...] Banda larga, isso, exatamente”.

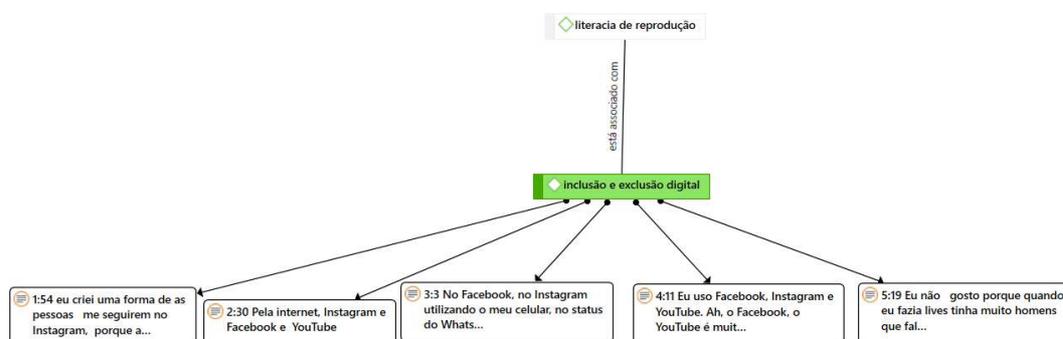
A cantora gospel explicou como utiliza a *web* perpassando pelos vários tipos de redes sociais e *sites*. Ela é um dos sujeitos pesquisados que utiliza a *Internet* de terceiros para se manter conectada. Quando acessa a *web*, passando pelas mais diversas redes sociais, a cantora também está praticando a literacia pensamento hiperfídia.

Eu uso *Facebook*, *Instagram* e *YouTube*. Ah, o *Facebook*, o *YouTube*, é muito difícil de conseguir, porque as pessoas, eu acho que consome mais dados, né, então, é só quem está *wi-fi* aí no *YouTube*. E no *Instagram* também, no *Instagram* mais foto, no *Facebook* não, se eu não tiver uma foto, um vídeo para postar, eu vou buscar só um texto e vai alcançar da mesma forma.

4.3.3 Literacia de reprodução para inclusão e exclusão social

A literacia de reprodução, como já foi explicada, consiste na aptidão que um ator social tem de criar uma tarefa de compreensão, de maneira autêntica e crítica, sem a existência de plágio.

Figura 20 – Desdobramentos da literacia reprodução para inclusão e exclusão digital



Fonte: Autora (2019), elaborada a partir do *software ATLAS.ti*.

A manicure explica que envia suas criações, como publicações e fotos, para suas clientes e, desta forma, pode-se dizer que ela realiza a tarefa de concepção e apropriação do conteúdo.

No *Facebook*, no *Instagram* utilizando o meu celular, no status do *WhatsApp*, sempre divulgando, sempre mandando para as meninas. Eu uso do meu *Facebook*, só mesmo perfil do *Facebook*, do *Instagram* são os mesmos, tanto do trabalho como pessoal e isso atrapalha um pouco.

A *designer* de sobancelha e maquiadora realiza suas *lives* para ensinar outros usuários como ser maquiadora. Dessa forma, além de angariar clientes, ela também produz conteúdo

próprio. Como já foi citado, ela utiliza banda larga para realização de suas *lives*. “O máximo de pessoas que já virou minha *live* foi 100 mil pessoas [...] Quando eu fazia *lives* tinha muito homens que falavam coisas, palavras feias”. Pode-se dizer que a personalização dos seus conteúdos está relacionada às literacias de reprodução.

4.3.4 Literacia da informação para inclusão e exclusão social

No que tange à literacia de informação para inclusão e exclusão social, foram encontradas algumas falas dos entrevistados. Dessa forma, ao apresentar esse subitem, é preciso compreender como os sujeitos das pesquisas utilizam essas categorias. A literacia de informação consiste nos conhecimentos dos recursos informacionais e nas desenvolvimentos para percebê-los, encontrá-los, avaliá-los, organizá-los, como na capacidade de recriá-los para resolver os problemas.

A cantora de *rap gospel* explica as dificuldades que tem para escrever corretamente, mas como suporte para superar essas dificuldades ela utiliza as redes sociais. Decerto, a cantora utiliza-se da literacia de informação para resolver seus problemas na área da língua portuguesa.

Então, eu vou compor minhas músicas eu tenho que passar pelo *Google* ou a dá uma olhada para ver se escrevi alguma coisa errada. Eu só ia como obrigação [para a escola], então, acho que eu poderia ter desfrutado mais, se eu tivesse entendido isso antes.

O multitarefa também explicou suas dificuldades em relação ao ensino escolar e como a *Internet* possibilitou novas oportunidades de conhecimento. Desta forma, ele também apresentou a literacia para informação, uma vez que a *web* lhe trouxe novos conhecimentos sobre o mundo, de modo que o jovem usa a literacia da informação para solucionar seus problemas.

[A *Internet*] me ajudou assim, em questão de abrir a mente, para leitura, para conhecimento me ajudou muito, em relação a conhecimento, mas financeiramente, não. Eu sempre trabalhei, independente, desde dezesseis, dezessete anos eu sempre, e, sempre trabalhei no pesado de ajudante, com o meu pai, no caminhão dele, tudo. Não mudou nada para mim, assim, em relação ao financeiro.

A manicure explicou que a *Internet* lhe deu novas opções de aprendizagem e, desta forma, ela usa a rede para sua inclusão e aumento do conhecimento no mundo da beleza. Isso se relaciona com a literacia da informação, uma vez que, a jovem aprende novas técnicas para utilizar no seu trabalho:

Sigo uma mulher que ela é super *top*, Fabi e Fabi, não sei das quantas (*sic*), mas ela é maravilhosa, em relação à cutícula. Em relação à cutícula ela ensina perfeitamente você a tirar a cutícula, como se você estivesse descascando um limão, uma laranja com alicate sem mastigar. É muito interessante, eu me inspiro nela em certas coisas. Na verdade, é um curso *on-line*, só que eu não faço curso *on-line*, só fico observando as *lives* dela.

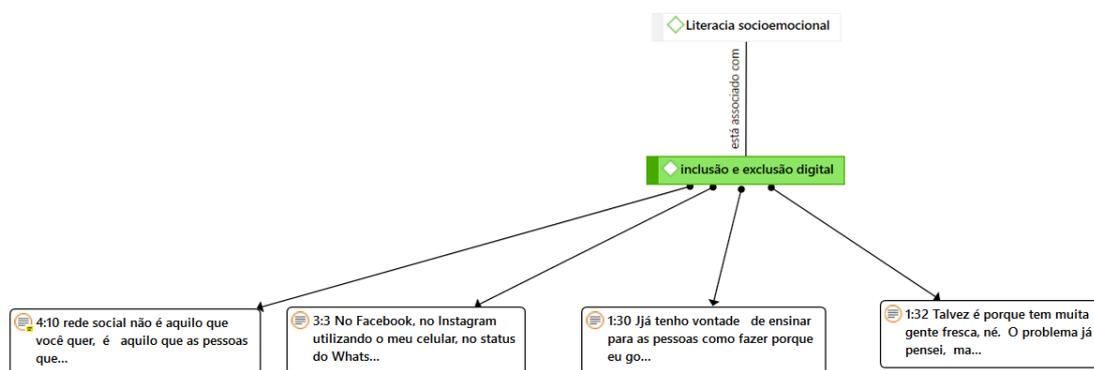
A confeitadeira trouxe o lado da inclusão e exclusão, explicando sobre os governantes e o que a informação pode ou não oferecer ao cidadão. Decerto pode-se associar a inclusão e exclusão não apenas para o aprendizado das *MIL*, mas também para o cotidiano deles:

Meu professores vive falando, que eles [governantes] pessoas não pensantes, eu acho, é, realmente eles querem que esqueçamos, que não saibamos profundamente dos assuntos para não irmos atrás dos nossos direitos e fazer com que eles cumpram com os deveres deles, então, eles querem as pessoas mais burras, é porque a pessoa não sabe, nem vai votar, não sabe nem em quem tá votando.

4.3.5 Literacia socioemocional para inclusão e exclusão social

Nesse quesito, nem todos os jovens apresentaram literacia socioemocional para a leitura de seu mundo. Alguns usam a rede social *Facebook* apenas como página, outros selecionam para quem eles irão mostrar o conteúdo de sua postagem nessa rede.

Figura 21 – Desdobramentos literacia socioemocional para inclusão e exclusão digital



Fonte: Autora (2019), elaborada a partir do *software ATLAS.ti*.

A manicure é uma das *personas* que tem habilidade para a literacia socioemocional, pois ela compartilha com alguns de seus clientes apenas seu trabalho.

Igual, minha foto você vê, não vê, tem pessoas que não consegue ver, tem pessoas que eu só deixo exposto meus trabalhos, ou seja, eu não quero que fulano vai ver meu trabalho, eu tipo, eu incluo ela, como que é o nome que tem [a manicure cita o nome da moça que estava no salão, ao longo da entrevista], que você seleciona a pessoa para ela não poder ver? Eu não sei te dizer, mas depois vai aparecer aqui.

A *designer* e maquiadora faz uso da literacia socioemocional quando realiza *lives* e ensina outros usuários a se maquiarem. Desta forma, ela pratica esse tipo de literacia, mostrando a aptidão para ensinar novos usuários pela *web*.

4.4 Contribuições para compreensão dos resultados

Após observar as teorias, os conceitos sobre os quais se apresentou o procedimento metodológico – coleta de dados por meio da entrevista aberta gravada por meio de *smartphone* – é de suma relevância propor um diálogo sobre o exposto nesta dissertação. Este subitem foi reservado para isso.

Ao longo de toda a pesquisa, a autora pôde conviver com os entrevistados, identificando algumas características de *MIL*. A reboque dos eixos teóricos, foi estabelecido um estado da arte com os temas que envolveram as literacias digitais e o impacto das novas mídias sobre a cultura e o comportamento digital. É notável a ontologia conceituada por Eshet-Alkalai (2004), na qual o autor exemplifica a maneira como os sujeitos que fazem uso da *web* utilizam as literacias digitais para aprender e/ ou ensinar algo.

É imprescindível trazer para esse diálogo autores como Livingstone (2009; 2011) e Helsper e Enyon (2010), que tanto elucidam as características dos nativos digitais, que são pessoas nascidas a partir da década de 80 e utilizam aparelhos tecnológicos para a aprendizagem. Neste momento, é preciso que voltar-se para todo o estado da arte, a fim de compreender as literacias digitais e a utilização delas pelos jovens de baixa renda e como os sujeitos pesquisados fazem uso das literacias de mídia e informação.

Foi preciso entender e analisar o conhecimento e a cultura intrínseca dos jovens de baixa renda, perante seus relatos e nas entrelinhas. Todavia, ao observar os usos e apropriações de *MIL* por parte dos jovens em situação de empreendedorismo digital, foi possível encontrar cinco sujeitos que possuíam um alto índice de literacia foto-visual, que consiste na capacidade de decodificar as interfaces dos dispositivos que eles utilizam para empreender digitalmente.

Esse fato pode estar atrelado à maneira de como esses jovens se conectam e seus índices de cultura, que ainda estamos tratando de conhecimento, ou seja, da raiz da palavra “cultura”. No item 4.3, que abarca a categoria de inclusão e exclusão social, ficou clara a necessidade do jovem de baixa renda e empreendedor digital de se manter conectado, para que o mesmo possa realizar seu *marketing* e manter um relacionamento mais próximo com o cliente.

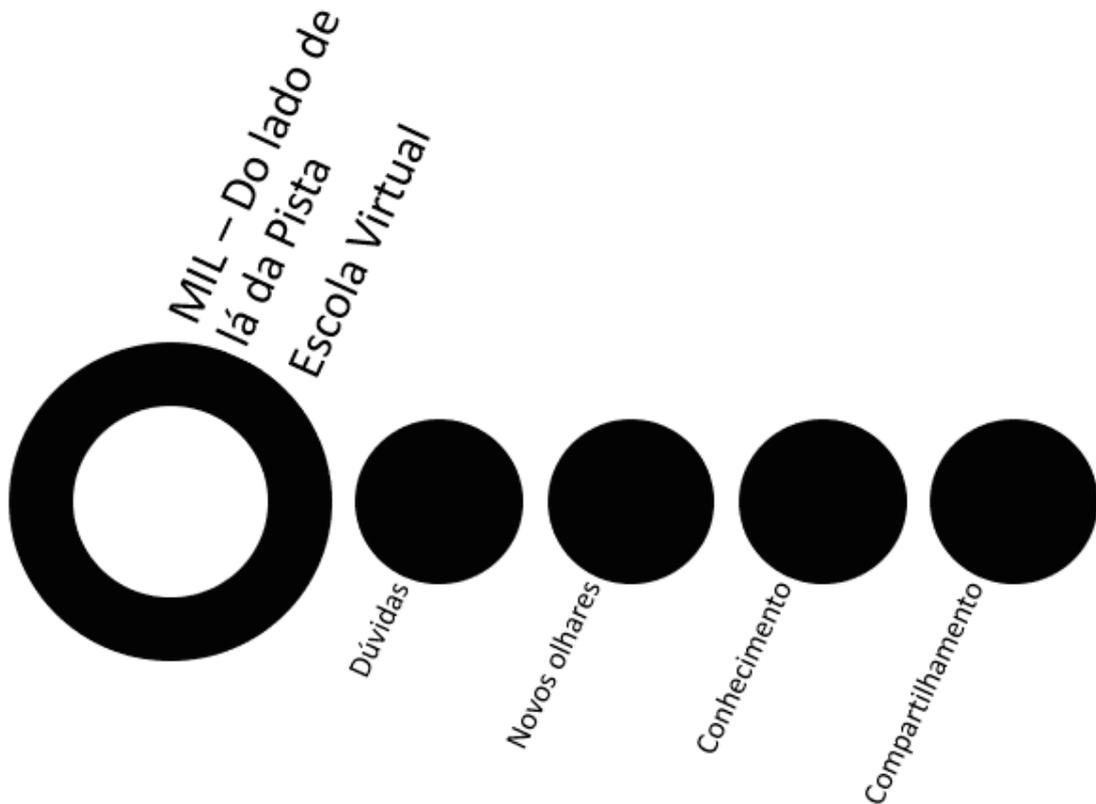
Nesse item, os jovens ainda mostraram que, apesar da falta de recursos, como *Internet* banda larga de qualidade (PASSARELLI; JUNQUEIRA; ANGELUCI, 2014), eles aprendem e empreendem de todas as formas, utilizando os *smartphones* de parentes e amigos para que possam atender ao cliente, mesmo não podendo se manter conectados por 24 horas. As literacias digitais mostraram-se fortalecedoras na aprendizagem das *MIL* para o empreendedorismo digital, uma vez que os sujeitos pesquisados conseguem aprender uma ocupação ou melhorar o relacionamento com o cliente por meio da *web*.

As literacias digitais trazem um novo marco para o ensino não formal (ESHET-ALKALAI, 2004) mostrando o quando ainda é preciso caminhar para se chegar até a literacia socioemocional, quando o autor é muito crítico, além de ter um alto grau de literacia de informação e reprodução. Isto quer dizer que ele precisa ser conhecedor do que se passa em sua comunidade e nas questões sociais e políticas do seu país e do mundo, e ainda precisa ter um alto conhecimento da sua língua nativa, para saber reproduzir o que está acontecendo para seus seguidores.

De fato, como Eshet-Alkalai (2004) aponta, as literacias aprendidas na *web* ajudam o ser humano a conhecer novos mundos, seja para aprender uma ocupação, uma nova teoria, entre outros conhecimentos. Por outro lado, para que todos os cidadãos alcancem o mesmo tipo de literacia, é preciso oferecer suportes, tanto na área social, como na área educacional. Decerto que as *MIL* deram suporte aos sujeitos pesquisados, mesmo eles ainda estando na primeira etapa da literacia, que foi a foto visual. É preciso que se crie novos mecanismos para que esses jovens, além de se manter conectados e aprendendo novas ocupações, também possam ter novos olhares sobre a comunidade em que vivem e que possam ensinar novos sujeitos.

A partir dos olhares dos jovens sobre as *MIL* para o aprendizado do empreendedorismo digital, estabeleceu-se um conjunto de ideias na direção de solução dos problemas e dos objetivos propostos: a inserção de um curso *on-line* para que os jovens de baixa renda aprendam ofícios e possam desenvolver o empreendedorismo dentro da esfera virtual, de maneira que possam se aprimorar cada vez mais dentro do seu universo e, ao mesmo tempo, contribuir ensinando outros atores sociais a aprender novas profissões.

Figura 22 – Proposta para de ensino para os sujeitos pesquisados



Fonte: Autora (2019).

Como contribuição para o resultado da pesquisa, chegou-se à construção de um mapa cartográfico localizando os sujeitos entrevistados. O cenário exigiu uma série de requisitos, como a metodologia participante, para compor o produto final.

5 PRODUTO

A intervenção na realidade se materializa neste trabalho a partir da criação de um produto que tem como objetivo gerar uma cartografia digital sobre jovens de baixa renda, apresentando como as *MIL* deram suporte ao empreendedorismo digital. O produto é de extrema relevância no âmbito acadêmico, e permite novos olhares sobre o tema, trazendo maior compreensão e interação dos pesquisadores interessados no tópico.

A ideia é que a plataforma seja expansível e que novos relatos sejam incluídos através de pesquisas futuras pela pesquisadora e outros pesquisadores que continuem a temática do Grupo de Pesquisa (GP) *Smart Media & Users*. Essa cartografia se dará sob forma de um webdocumentário transmídia. Jenkins (2009) classifica a transmídia como:

A narrativa transmídia refere-se a uma nova estética que surgiu em resposta à convergência das mídias – uma estética que faz novas exigências aos consumidores e depende da participação ativa de comunidades de conhecimento. A narrativa transmídia é a arte da criação de um universo (JENKINS, 2009, p. 49).

Porto-Renó *et al.* (2011) sugerem que a transmídia é “uma convergência de linguagens para a construção de discursos compostos, enriquecidos pela diversidade de linguagens oferecidas” (PORTO-RENÓ *et al.*, 2011, p. 203).

Para que o produto fosse realizado, foi escolhida a ferramenta webdocumentário transmídia. O documentário, assim como as gravações das entrevistas com os jovens de baixa renda e empreendedores digitais, foi realizado com autorização prévia e por escrito, para que seja inserido na plataforma transmídia. Em vista disso, o produto toma características inovadoras, por se tratar de um documentário transmídia.

Segundo Rossetti (2013):

A invenção faz surgir o novo, isto é, algo que não existe passa a existir a partir de sua invenção. Neste sentido, inventar é diferente de descobrir. Na descoberta, a coisa já existia antes, mas ainda não era conhecida porque estava encoberta. (ROSSETTI, 2013, p. 67).

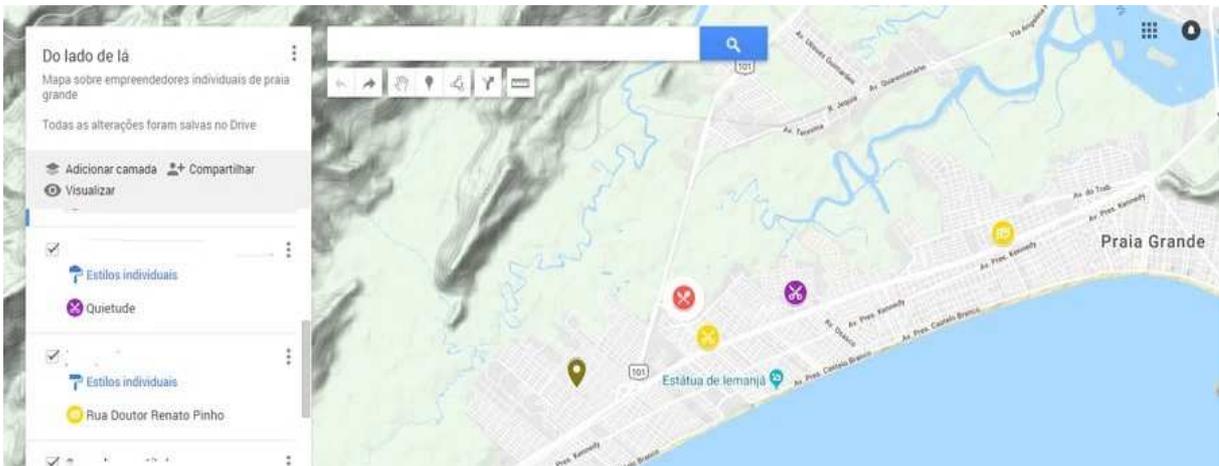
Por isso, além de poder ser considerado um produto inovador que engloba diversas plataformas e equipamentos tecnológicos, para a realização do webdocumentário foram utilizados como bases o *Google MyMaps* e o *YouTube*. Primeiro, criou-se o mapa intitulado “Do lado de lá da pista”, uma vez que parte da população de Praia Grande mora no sentido morro, depois da Via Expressa Sul.

Depois, utilizou-se a plataforma *YouTube* e, dentro dela, foi criado o canal denominado “Do lado de lá da pista PG”, plataforma utilizada como aporte para o *Google My Maps*, uma vez que o mesmo não aceitou apenas os vídeos editados e pedia a inserção de uma *Uniform Resource Locator (URL)*¹⁰. Para criação desse canal, a plataforma *YouTube* exige que seja criado um e-mail, que foi denominado de *doladodelapg@gmail.com*.

As entrevistas foram editadas e incluídas dentro do mapa da cidade pesquisada, e se transformaram num produto de divulgação: um webdocumentário transmídia por geolocalização, identificando o local de onde os entrevistados vieram. Todas as entrevistas possuem autorização, uma vez que os encontros foram filmados e compõem o produto final, e estão em posse da autora.

A cartografia marca a aprendizagem das *MIL* por parte dos sujeitos investigados, e ficará na plataforma para que inspire outros jovens de baixa-renda sobre o ensino não formal e aos governantes sobre o ensino fora dos bancos escolares.

Figura 24 – *Google Maps* dos jovens empreendedores de Praia Grande



Fonte: *Google MyMaps*.

Toda gravação do webdocumentário foi realizado por meio de *smartphone* e no sentido vertical, uma tendência que Ryan (2017) classifica como a síndrome do vídeo vertical. Os vídeos verticais rompem com uma estrutura estética, mas facilitam a vida dos usuários de *smartphones*.

Ryan (2017) explica que essa tendência vem sendo seguida pelos japoneses. A forma vertical utiliza apenas uma das mãos para segurar o aparelho. Ao utilizar essa forma de

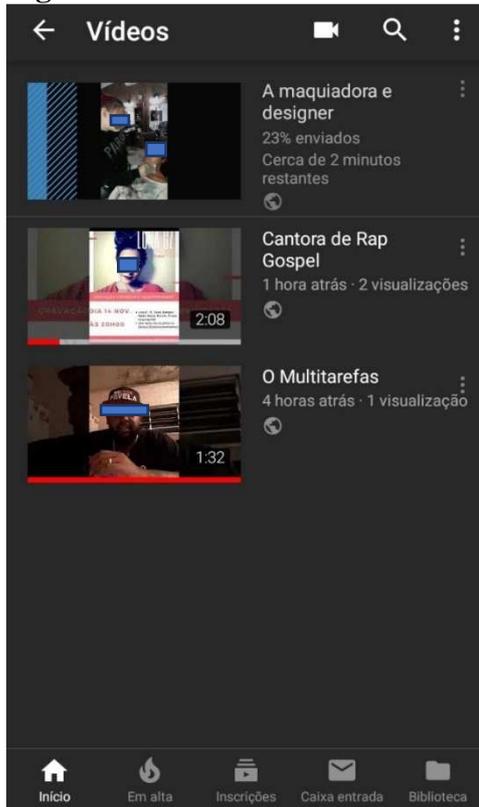
¹⁰ *Uniform Resource Locator (URL)* – palavra da língua inglesa que significa “localizador uniforme de recursos”, ou seja, refere-se ao endereço um endereço eletrônico, uma página da *web*.

gravação, o usuário está realizando uma nova experiência de inovação tecnológica (ROSSETTI, 2013). Por outro lado, o jornal *Folha de S. Paulo* publicou uma matéria explicando que o vídeo vertical já está virando uma tendência entre os usuários (FOLHA DE SÃO PAULO, 2017). As redes sociais que aceitam vídeos como conteúdo já se adequaram a essa fórmula (ROSSI, 2017, p. 1).

Para Rossetti (2013), “a inovação é um fenômeno social, simbólico e tecnológico, presente em toda sociedade contemporânea midiaticizada e pode perpassar todo o campo da Comunicação” (ROSSETTI, 2013, p. 64). Mediante o exposto, a pesquisadora seguiu a nova tendência e fez uso do vídeo vertical, devido a sua observação e às anotações durante as entrevistas com os sujeitos investigados, já que todos apresentaram a síndrome do vídeo vertical, utilizando esse formato em suas criações. Isso se relaciona com a pesquisa participante (MINAYANO, 2001; GIL, 2008), no qual o pesquisador assume o papel de participante (NOVAES; GIL, 2009).

Desta forma, o projeto sofreu algumas alterações e, por se tratar de um produto transmidiático, optou-se pela criação de um canal na plataforma *YouTube* intitulado “Do lado de lá PG”, uma vez que já existia um canal chamado “Do lado de lá”. Esse canal foi implantado para incluir o webdocumentário dentro da plataforma do *Google MyMaps*, e ficará nesse repositório em princípio. Ele poderá servir de contribuição para novos olhares de pesquisadores sobre o tema.

Figura 25 – Canal do *YouTube* intitulado “Do lado de lá PG”



Fonte: *YouTube*.

A cartografia do *Google MyMaps* é interativa e contém um mapa-múndi. Entretanto, será usada apenas a carta geográfica da cidade de Praia Grande, conforme o recorte dessa análise. Por meio de *pins*¹¹ geolocalizados, os usuários poderão encontrar as histórias dos jovens de baixa renda, e aqueles que quiserem se aprofundar no assunto poderão encontrar todas as histórias no canal do *YouTube*.

A pesquisadora também realizou a inserção dos *pins* por meio da tecnologia. Assim, associou-se essa forma de inserção embasada nos aprendizados oferecidos pelos sujeitos da pesquisa, que apresentaram o uso do *smartphone* como objeto essencial para acessar e desenvolver produtos na *web*. Dessa forma, a autora da dissertação também relacionou esse aprendizado com os atores sociais investigados, exercendo a pesquisa participante (GIL, 2008).

O produto utilizou as seguintes estruturas:

- 1) Cartografia – utilização do *Google Maps* para apresentar de maneira interativa os *webdocs* dos jovens de baixa renda e empreendedores digitais. Os jovens

¹¹ *Pins* – ícone usado para localização dentro mapas digitais.

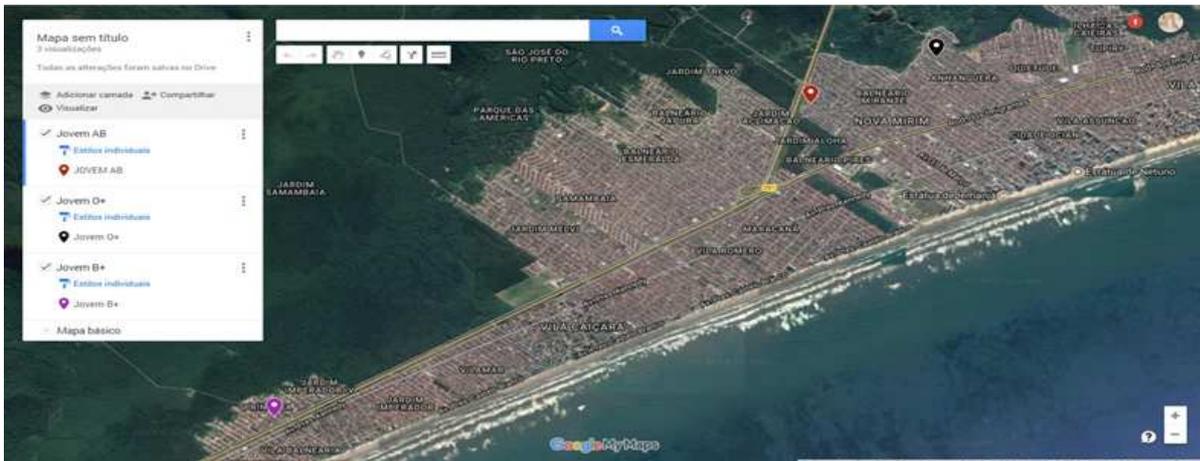
empreendedores relatam suas histórias, além de mostrar os produtos e serviços aprendidos por meio das *MIL*. Hospedado no endereço: <https://bit.ly/2MTSQLP>.

- 2) O *webdocumentário* foi editado por meio dos programas *Sony Vegas*, próprio para edição de vídeos.
- 3) Inserção do *webdocumentário* feita no canal do *YouTube*.

O produto está hospedado na plataforma *Google* e disponível *on-line*. Para o desenvolvimento desse produto, realizou-se pesquisas e análise cartográfica de plataformas similares do próprio *Google*, a exemplo da plataforma intitulada *Rio Além do Mapa*, que consistiu na inserção da periferia carioca no *Google Maps*, realizada em parceria com os moradores locais. Essas análises possibilitaram a compreensão de formato que foi incluído na plataforma *Google*.

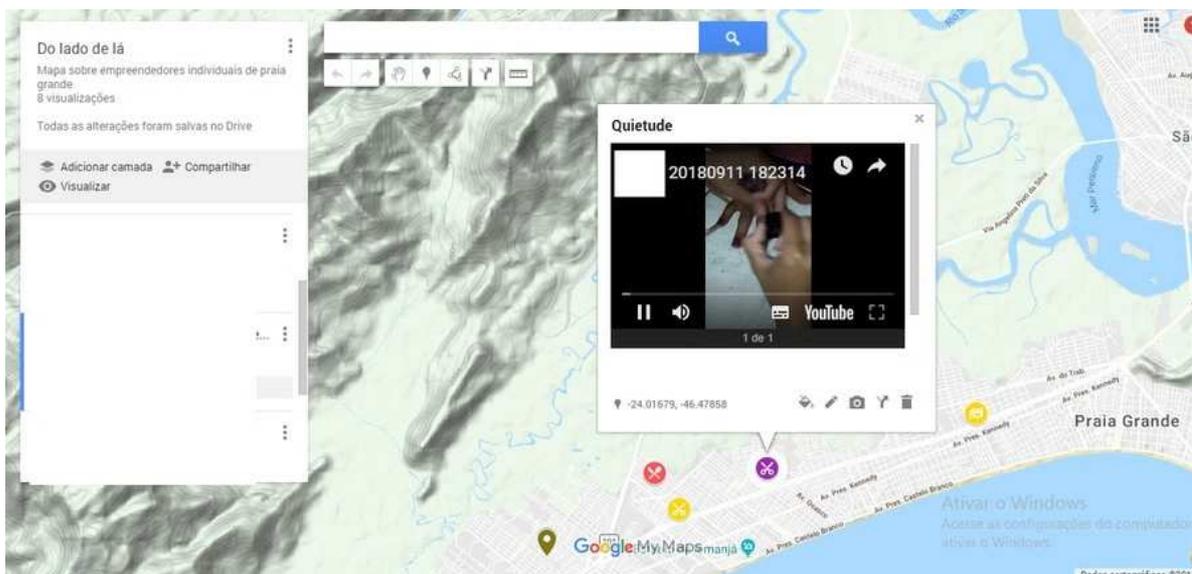
Mesmo sendo inserido numa plataforma colaborativa, o produto pode apresentar problemas de acordo com a conexão do usuário, uma vez que, para ver os vídeos, é preciso ter bastante rede de dados e alta conexão.

Figura 26 – *Google My Maps*



Fonte: <https://www.google.com/maps/d/edit?mid=18kQHrESeWS2unTxTGC2R6wA9S0zCX&ll=24.037721372084505%2C-46.52566200000001&z=14>

Figura 27 – *Google My Maps* mostrando a geolocalização dos sujeitos pesquisados

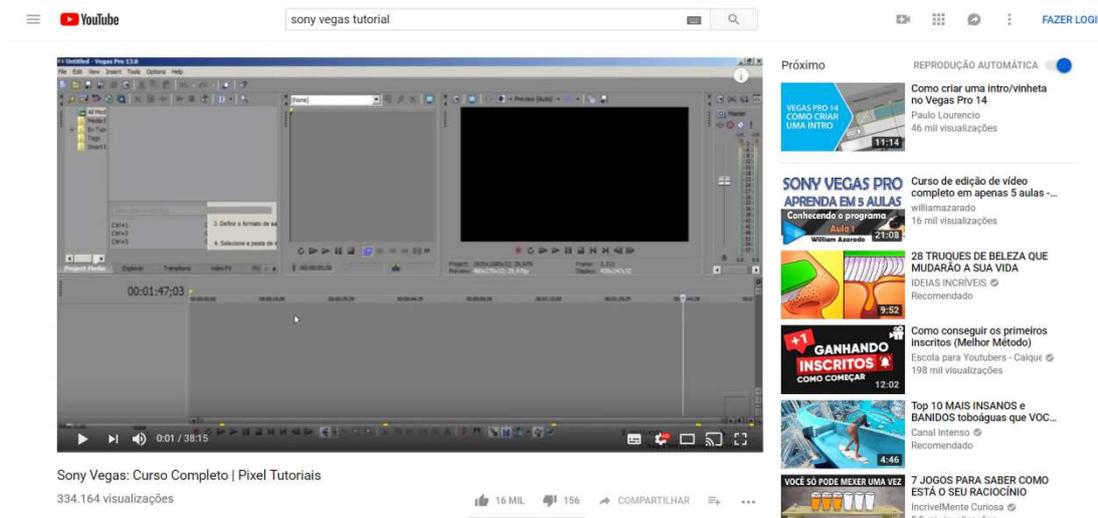


Fonte: *Google My Maps*.

Como já foi citado, o produto final sofreu algumas alterações. Cabe, ainda, ressaltar que todas as informações foram organizadas e planejadas para serem expostas de maneira curta, clara e objetiva, como são normalmente realizados os documentários transmídia. Os vídeos serão curtos, com até três minutos de apresentação, para que os usuários possam assistir outras histórias, se assim desejarem, de maneira não linear, ou seja – eles podem acessar qualquer história com apenas um clique nos *pins*, e logo aparecerá o documentário.

As edições para o webdocumentário transmídia foram realizadas através do programa *Sony Vegas*, que um dos sujeitos pesquisados utiliza na edição de seus vídeos para a *web*. Portanto, a autora da dissertação também aplicou a pesquisa participante (GIL, 2008), interagindo e aprendendo com os participantes da análise sobre como editar vídeo para o *webdocumentário*. A autora ainda aplicou o conceito de *MIL* (ESHET-ALKALAI, 2004), pois também utilizou as redes sociais para aprender mais sobre edição de vídeos.

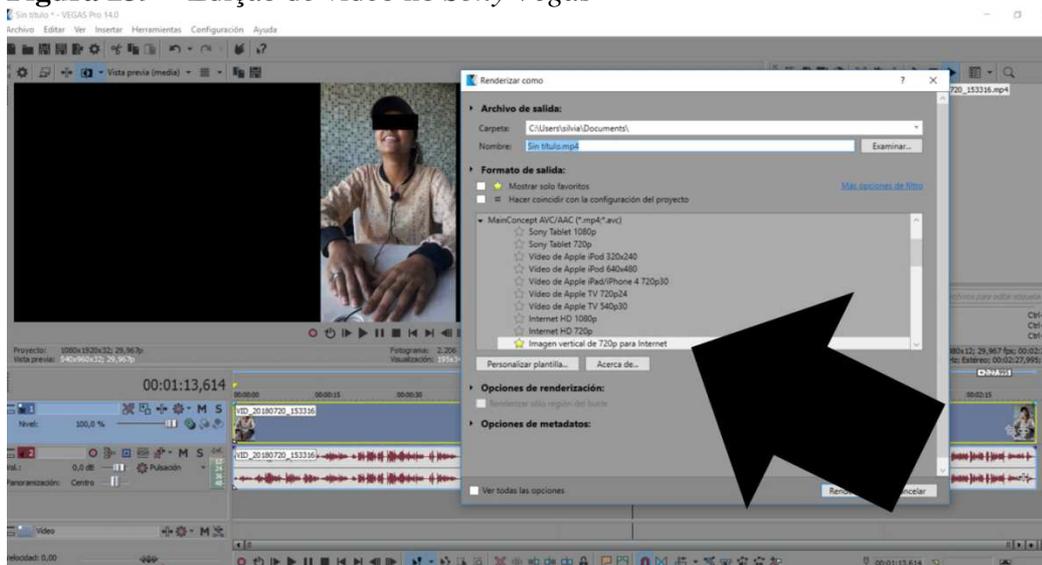
Figura 28 – Utilização de *YouTube* para aprendizagem de edição de vídeos no *Sony Vegas*



Fonte: *YouTube*

Dessa maneira, antes de chegar ao consumidor o produto foi editado de tal maneira que ele não perdesse sua característica inovadora – a gravação em sentido digital. Segundo Rossetti (2013), “inovação passa a ser veículo de transformação do conhecimento em melhoria da qualidade de vida da sociedade” (ROSSETTI, 2013, p. 64). Logo, pode-se levar em consideração que a característica inovadora desse produto poderá agregar novos conhecimentos à sociedade sobre alguns jovens empreendedores de baixa renda de Praia Grande.

Figura 239 – Edição de vídeo no *Sony Vegas*



Fonte: Autora, a partir de *Sony Vegas*.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Essa dissertação, intitulada “Do Lado de Lá da Pista: Empreendedorismo Digital de Jovens de Baixa Renda de Praia Grande por Meio das Literacias de Mídia e Informação”, estudou os níveis de literacia digital de alguns jovens de baixa renda hiperconectados. A análise revelou potencial, apreensão, caracterização e descrição das *MIL* pelos sujeitos pesquisados, abrindo espaço para análise de suas falas sobre a apropriação dos conteúdos da *web* para a aprendizagem não formal e potencial empreendedorismo digital.

As opções metodológicas utilizadas na presente análise apontaram para além do objetivo da pesquisa, e permitiram conhecer o público estudado nas questões relacionadas à cultura e comportamento, o nativo digital, inclusão e exclusão, aprendizagem das *MIL*. A aproximação com esses jovens de baixa renda e empreendedores digitais possibilitou a análise de conteúdo, apresentação e discussão desses dados selecionados por representatividade (GIL, 2008). Neste capítulo são realizadas as considerações finais quanto ao que se refere ao curso do trabalho, os resultados alcançados, possíveis achados e, por último, a proposição de estudos futuros.

Seguindo o modelo de Eshet-Alkalai (2004) sobre as literacias digitais, foi constatado que os sujeitos investigados possuem níveis de literacias digitais diferentes. Esse fato pode estar relacionado às condições de acesso à *Internet* (PASSARELLI; JUNQUEIRA; ANGELUCI, 2014), uma vez que alguns utilizam a banda larga, enquanto outros precisam ir até uma *lan house*, ou usar dispositivos móveis de parentes.

Conforme apontado nos eixos teóricos, e no que cerne à análise de resultados, os jovens de baixa renda estão buscando uma qualificação para aquelas ocupações em que eles já possuem alguma habilidade e competência, e por meio das redes sociais exercem a aprendizagem das *MIL* para criar postos de trabalho e se manterem no mercado, ajudando na renda familiar.

Muitos dos sujeitos investigados acreditam que sua formação escolar não contribuiu para a aprendizagem de uma nova ocupação e o empreendedorismo. Por outro lado, eles acreditam que a *Internet* pode lhes dar uma nova oportunidade de aprendizagem. Dessa forma, fica claro que esses jovens de baixa renda não estão esperando mais pelas políticas sociais, que muitas vezes são propostas por alguns governantes. Esses sujeitos estão indo atrás das suas próprias qualificações, rompendo barreiras, porém, ainda não estão se empoderando. Esses jovens são cidadãos que têm um ofício e que não ficam desempregados, e conseguem,

por meio do grupismo (MAFESSOLI, 2006), alavancar seus negócios, engajando os clientes e criando promoções.

Em uma visão freiriana (de Paulo Freire), parte desses jovens de baixa renda tem uma leitura de mundo (NOVAES; GIL, 2009) diferente de outros sujeitos, pois suas vivências são diferentes de parte da sociedade. Eles estudam à sua maneira, buscam novos conteúdos através das redes sociais, se qualificam mesmo sem certificado, e depois querem continuar sua evolução por meio de cursos, *on-line* ou não, que lhes deem um certificado para continuar um ofício.

Ainda é muito cedo para falar se esses jovens seguirão nessa ou naquela profissão, pois eles ainda estão em início de carreira e, como diria Canclini (2013), estão em busca de uma ocupação que lhes dê, além de um retorno, um prazer. Por certo que os jovens de baixa renda que estão se inserindo no mercado de trabalho devem ter oportunidade para competir com a classe dominante, para isso é preciso que os governantes façam imediatamente programas de qualificação a curto, médio e longo prazo.

Esse problema da falta de qualidade no ensino já vem sendo debatida por especialistas de diversas áreas, e, decerto, esse trabalho, não envolveu especificamente o tema educação, e caberia um outro estudo para entender a qualidade de ensino no país. Por outro lado, é notória, diante dos testemunhos, a carência dos jovens de baixa renda de um ensino de qualidade. Talvez com esse ensino aliado às aprendizagens das *MIL*, parte desses jovens pudesse se inserir na sociedade de forma a se tornarem cidadãos empoderados de fato.

Essa ainda pode ser uma visão romantizada de muitos autores, como Levy (1999), que acreditavam que a *Internet* seria um canal para aprendizagem e construção em grupo. Todavia, para que isso aconteça, como já foi dito, é preciso que a população tenha um acesso igualitário (ONU, 2009), não apenas à *web*, mas também aos meios de ensino e cultura.

Ao mesmo tempo em que esses jovens pesquisados não têm um acesso igualitário à *web*, ao ensino e à cultura, eles, por sua vez, se mantêm conectados, na busca por novos clientes e aprendizados. Assim, faz-se necessário que os agentes públicos comecem a pensar nas maneiras de qualificação profissional para os jovens de baixa renda, uma vez que dados comprovam que a cidade ainda carece de políticas públicas, e parte da população jovem e pobre está vulnerável à marginalidade.

Como foi constatado pelo próprio IBGE (2018), o número de brasileiros de 14 a 29 anos em situação de desemprego é de 26,6%, o dobro da taxa da população considerada adulta. Muitos desses jovens estão em busca de uma qualificação e, conforme a análise

realizada nessa dissertação, a busca pela qualificação está partindo dos próprios jovens, que já não têm tempo para esperar pelos programas sociais.

Embora existam programas de políticas públicas para a juventude, são insuficientes, pois os programas não atendem a todas as cidades brasileiras, ficando restritas a poucos. O jovem também deveria receber uma educação midiática durante o período escolar, mas isso não acontece no Brasil, não é interessante para alguns e não é assunto tratado como de interesse público. Porém, na contramão da história, muitos jovens estão aprendendo novos ofícios por meio da *Internet*, e, mesmo de modo autônomo, já conseguem se manter e começam a ver que os agentes políticos não estão interessados em mudar muitas coisas, principalmente nas áreas da educação e da comunicação.

Por certo, os jovens de baixa renda estão se inserindo no mercado de trabalho, devem ter oportunidades para competir com a classe dominante, e é preciso que os governantes façam imediatamente programas de qualificação a curto, médio e longo prazo. Esses cursos devem ser oferecidos em horários alternativos e modalidade semipresencial, para que os alunos possam esclarecer suas dúvidas com o professor. Essa necessidade de um ensino de qualidade já vem sendo debatida por especialistas, mas sem sucesso. Existem poucas escolas de ensino para qualificação dos jovens para o mercado de trabalho, pois não é interessante para a classe dominante (BOURDIEU, 2001) que os pobres tenham um poder aquisitivo maior e possam, além disso, ir a busca dos seus sonhos.

Os jovens de baixa renda que apreenderam com as *MIL* desejam se especializar, pois o que eles aprendem nas redes sociais não os tornam especialistas na área. Dessa forma, o governo não cumpre com o seu papel social e acaba dando oportunidade para que empresas ofereçam cursos a esses jovens. Todavia, esses cursos se tornam algo praticamente impossível para os jovens de baixa renda, pelo alto custo e pelo horário oferecido, pois ocorre ao mesmo tempo em que eles estão trabalhando.

Nesse cenário, será preciso empoderar os jovens em situação de vulnerabilidade para que eles possam fazer um uso ético e cidadão da tecnologia. Algumas ONGs espalhadas pelo Brasil já estão trabalhando nisso. É preciso que as ONGs criem novas formas de aprendizados para os jovens, e cursos de acordo com a habilidade e competência de cada sujeito. Também se faz necessário que as universidades públicas possibilitem acesso aos pobres e ofereçam cursos para que eles se tornem cidadãos de fato e de direito.

Só por meios do ensino é que a sociedade brasileira promoverá uma grande revolução. Não é mais possível esperar que novos governos façam aquilo que até hoje nenhum outro governo fez, ou esperar que alguma instituição financiada por órgãos governamentais o faça.

É preciso entender o que esse jovem pobre deseja, cada vez mais ele tem urgência por uma educação profissionalizante, uma vez que muitos não desejam cursar o ensino superior, apenas pagar as contas, ter aparelhos como celular, para que possam se comunicar com seus clientes e fazer seu *marketing* digital.

Esse é um primeiro passo para que novos trabalhos sobre os jovens empreendedores sejam realizados, podendo ser ampliados por meio da análise documental e por acompanhamento deles até a vida adulta. Por ora, essa pesquisa buscou compreender a aprendizagem por meio das *MIL* e como os meios de comunicação podem ajudar os jovens de baixa renda na busca de uma ocupação. Além disso, a pesquisa participante proporcionou um aprendizado tanto para os sujeitos pesquisados quanto para a autora da dissertação. De fato, ambos aprenderam mais sobre as literacias digitais. Os jovens, sem saber o que significava literacia digital, apenas entendiam que aprendiam pelas redes sociais. A pesquisadora, por sua vez, pôde colocar em prática os ensinamentos proporcionados pelos sujeitos investigados sobre as *MIL* nos seus diferentes níveis.

Por ora, essa pesquisa buscou compreender aprendizagem por meio das *MIL* nos seus mais diferentes níveis e como os meios de comunicação podem ajudar os jovens de baixa renda na busca de uma ocupação. Essa dissertação é mais uma busca de contribuição para o entendimento das *MIL* e o empreendedorismo digital de jovens de baixa renda.

REFERÊNCIAS

ANGELUCI, A. C. B.; GALPERIN, H. O Consumo de Conteúdo Digital em *Lan Houses* por Adolescentes de Classes Emergentes no Brasil. **Revista Latino Americana de Ciencias de La Comunicación**, v. 9, n. 17, p. 246-257, 2012. Disponível em: <<https://www.alaic.org/revista/index.php/alaic/article/view/458>>. Acesso em: 05 dez. 2018.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE PESQUISA. **Crítério Brasil 2018**. Disponível em: <<http://www.abep.org/criterio-brasil>>. Acesso em: 01 dez. 2018.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011. 280 p.

BARROS, A. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, J; BARROS, A. (Org.). **Métodos de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2015. p. 62-83.

BAUER, M. W.; GASKELL, G. (Org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação: Um manual prático**. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

BAUER, T. A.; O valor público da Media Literacy. **Líbero**, São Paulo, v. 14, n. 27, p. 9-21, 2011. Disponível em: <seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/download/356/330>. Acesso em: 05 dez. 2018.

BORDIEU, P. **O poder simbólico**. Tradução de Fernando Tomaz. 4. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001. 322 p.

BOTELHO, R. E. F. **Interatividade e literacia emergentes em contexto de inclusão social: um estudo netnográfico do Acessa SP**. 2014. 250 f. Tese (Doutorado) - Curso de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo - USP, São Paulo, 2014. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde20052014152952/publico/RodrigoEduardoBotelho>>. Acesso em: 30 nov. 2018.

BOYD, D. **It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens**. London: Yale University Press Books, 2014. 296 p. Disponível em: <<https://www.danah.org/books/ItsComplicated.pdf>>. Acesso em: 20 mar. 2018.

BRASIL. **Agenda Juventude Brasil**. Brasília, 2014. 80 p. Disponível em: <bibjuventude.ibict.br/jspui/bitstream/192/91/1/SNJ_agenda_2013.pdf>. Acesso em: 04 dez. 2018.

BRASIL. Lei nº 12.852, de 05 de agosto de 2013. **Estatuto da Juventude**. Brasília, DF: Secretaria Nacional da Juventude, 2014. p. 07-45. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/lei/112852.htm>. Acesso em: 20 dez. 2018.

CALIS, M. F.; SILVA, M. S. R.; SIQUEIRA, F. V. **Paisagens da Memória: história de Praia Grande**. Praia Grande: Prefeitura Municipal da Estância Balneária de Praia Grande, 2002. Secretaria de Esportes, Cultura e Turismo. Secretaria de Educação.

CANCLINI, N. G. Precarious creativity: youth in a post-industrial culture. **Journal Of Latin American Cultural Studies**, London, v. 22, n. 4, p. 341-352, nov.2013.

CARLSSON, U. Media and Information Literacy: A crucial element in democratic development. **Media In Support Of Sustainable Development And A Culture Of Peace**, Jakarta, p. 73-74, 2015. Disponível em: <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/SanJose/pdf/Book_UNESCO_Media_and_Development_>. Acesso em: 20 nov. 2018.

CASTELLS, M. **O poder da identidade**. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999a, 2 v. (A era da informação: economia, sociedade e cultura).

CASTELLS, M. **Sociedade em rede**. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999b, 1 v. (A era da informação: economia, sociedade e cultura)

CEVASCO, M. E. **As Dez Lições Sobre os Estudos Culturais**. São Paulo: Bomtempo Editorial, 2003. 322 p.

DAVIDSON, E.; VAAST, E. **Digital Entrepreneurship and Its Sociomaterial Enactment**. Disponível em: <

https://www.researchgate.net/publication/224123223_Digital_Entrepreneurship_and_Its_Sociomaterial_Enactment>. Acesso em: 20 dez. 2018.

ESHET-ALKALAI, Y. Digital Literacy: A Conceptual Framework for Survival Skills in the Digital Era. **Jl. Of Educational Multimedia And Hypermedia**, Israel, v. 1, n. 13, p. 93-106, jan. 2004.

FACEBOOK. Disponível em: www.facebook.com.br. Acesso em: 01 dez. 2018.

FERRÉS, J.; PISCITELLI, A. Competência midiática: proposta articulada de dimensões e indicadores. **Lumina**, Juiz de Fora, v. 9, n. 1, p. 1-16, jun/2015. Disponível em: <<https://lumina.ufjf.emnuvens.com.br/lumina/article/view/436>>. Acesso em: 21 dez. 2018.

FONSECA JÚNIOR, W. C. Análise de conteúdo. *In*: DUARTE, J.; BARROS, A. (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009. p. 280-304.

FUNDAÇÃO TELEFÔNICA VIVO (ORG.). **Juventude Conectada 2**. São Paulo: Fundação Telefônica Vivo, 2016. 247 p. Disponível em: <<http://fundacaotelefonica.org.br/acervo/juventude-conectada-2016/>>. Acesso em: 05 dez. 2018.

FUNDO DE POPULAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (UNFPA). **Direitos da população jovem**: marco para o desenvolvimento. Brasília, DF: 2010. 126 p. Disponível em: <<http://www.unfpa.org.br/novo/index.php/biblioteca/publicacoes/populacao-4/39-direitos-da-populacao-jovem-um-marco-para-o-desenvolvimento>>. Acesso em: 25 fev. 2018.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 184 p.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. 200 p.

GOOGLE. **Além do Mapa**. 2016. Disponível em: <<https://beyondthemap.withgoogle.com/pt-br/>>. Acesso em: 01 dez. 2018.

GOOGLE. **Google Maps**. 2018. Disponível em: <<https://www.google.com.br/maps/>>. Acesso em: 01 dez. 2018.

HELSPER, E. J.; EYNON, R. Digital natives: where is the evidence? **British Educational Research Journal**, v. 36, n. 3, p. 503-520, jun. 2010.

HEPP, A. As configurações comunicativas de mundos midiaticizados: pesquisa da midiatização na era da “mediação de tudo”. **Matrizes**, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 44-64, 01 jan. 2014. Disponível em: <<http://www.periodicos.usp.br/matrizes/article/download/82930/85964>>. Acesso em: 29 jul. 2018.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - PNAD Contínua**. 2018. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas-novoportal/sociais/trabalho/17270-pnad-continua.html?=&t=downloads>>. Acesso em: 01 dez. 2018

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Síntese de Indicadores Sociais**: indicadores apontam aumento da pobreza entre 2016 e 2017. 2018. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/23298-sintese-de-indicadores-sociais-indicadores-apontam-aumento-da-pobreza-entre-2016-e-2017>>. Acesso em: 05 dez. 2018.

INSTITUTO DE PESQUISAS A TRIBUNA (IPAT). **Censo Interno da Fundação Casa**: relatório. 2017. Disponível em: <<http://alt.atribuna.com.br/fundacaocasa/>>. Acesso em: 20 nov. 2018.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. **Pesquisa revela que 20 milhões de jovens nem estudam nem trabalham na América Latina e no Caribe**. 2018. Disponível em:

<http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=34460:pesquisa-revela-que-20-milhoes-de-jovens-nem-estudam-nem-trabalham-na-america-latina-e-no-caribe&catid=10:disoc&directory=1>. Acesso em: 03 dez. 2018.

JENKINS, Henry. **Cultura de convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009. 428 p.

JUNG, C. G. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

LEMOS, A. Infraestrutura para a Cultura Digital. *In*: SAVAZONI, R.; COHN, S. (Org.). **Cultura digital.br**. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2009. p. 134-149.

LEVY, P. **Cibercultura**. Tradução: Carlos Irineu da Costa. Rio de Janeiro: Editora 34 Ltda., 1999.

LI, W.; DU, W.; YIN, J. Digital entrepreneurship ecosystem as a new form of organizing: the case of Zhongguancun. **Frontiers Of Business Research In China**, v. 11, n. 1, p. 1-21, 9 jun. 2017.

LIVINGSTONE, S. Internet literacy: Young people's negotiation of new online opportunities. **Matrizes**, São Paulo, v. 4, n. 2, p. 11-42, 15 dez. 2011.

LIVINGSTONE, S. What is media literacy? **Intermedia**, London, p.18-20, 2009. Disponível em: <<http://eprints.lse.ac.uk/1027/>>. Acesso em: 04 dez. 2018.

LOPES, P. C. Literacia(s) e literacia mediática. **Cies E-working Papers**, Lisboa, n. 110, p. 1-37, 2011. Disponível em: <[http://repositorio.ual.pt/bitstream/11144/195/1/literacia\(s\)e_literaciamediatica.pdf](http://repositorio.ual.pt/bitstream/11144/195/1/literacia(s)e_literaciamediatica.pdf)>. Acesso em: 05 dez. 2018.

MAFFESOLI, M. **O tempo das tribos**. 4. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006. 298 p.

MARQUES, A. C. S.; MARTINO, L. M. S. A configuração da questão dos interesses no âmbito de uma ética do profissional de comunicação. **Famecos: mídia, cultura e tecnologia**, Porto Alegre, v. 3, n. 18, p. 816-833, 01 set. 2011.

MCLUHAN, M. **Os Meios de Comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.

MCQUAIL, D. **A atuação da Mídia**: comunicação de massa e interesse público. Porto Alegre: Penso, 2012. 352 p.

MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. 18. ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

NEGROPONTE, N. **A vida digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

NOVAES, M. B. C.; GIL, A. C. A pesquisa-ação participante como estratégia metodológica para o estudo do empreendedorismo social. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 10, n. 1, p. 134-160, fev. 2009.

OLIVEIRA, M. **Brasileiros deverão realizar 74 milhões de viagens no verão**. 2016. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/component/content/article?id=7348>>. Acesso em: 01 dez. 2018.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Declaração Universal dos Direitos Humanos**. 2009. Disponível em: <<http://www.onu.org.br/img/2014/09/DUDH.pdf>>. Acesso em: 20 dez. 2018.

PARISER, E. **O filtro invisível**: O que a internet está escondendo de você. Tradução: Diego Alfaro. Rio de Janeiro: Zahar, 2012. 252 p.

PASSARELLI, B.; JUNQUEIRA, A. H.; ANGELUCI, A. C. B. Digital natives in Brazil and their behavior in front of the screens. **Matrizes**, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 159-178, 24 jun. 2014.

PEGURER-CAPRINO, M.; MARTÍNEZ-CERDÁ, J. F. Media Literacy in Brazil: Experiences and Models in Non-formal Education. **Comunicar**, v. 24, n. 49, p. 39-48, 1 out. 2016.

PEREIRA, S.; PINTO, M.; MOURA, P. **Níveis de Literacia Mediática**: Estudo Exploratório com Jovens do 12º ano. Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade Universidade do Minho, 2015. 144 p.

PERUZZO, C. M. K. Observação participante e pesquisa-ação. *In*: DUARTE, J.; BARROS, A. **Métodos e Técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2015. p. 125-145.

PORTO-RENÓ, D. *et al.* Narrativas transmídia: diversidade social, discursiva e comunicacional. **Palavra Chave**, Bogotá, v. 14, p. 201-215, 2011. Disponível em: <<http://www.scielo.org.co/pdf/pacla/v14n2/v14n2a02.pdf>>. Acesso em: 01 abr. 2018.

PREFEITURA DA ESTÂNCIA BALNEÁRIA DE PRAIA GRANDE. Decreto-Lei nº 93, de 24 de dezembro de 1968. **Código de Obras**. Praia Grande, SP, 24 dez. 1968.

PREFEITURA DA ESTÂNCIA BALNEÁRIA DE PRAIA GRANDE. **Central Integrada De Dados e Estatística**. Praia Grande: Prefeitura de Praia Grande, 2012.

PREFEITURA DA ESTÂNCIA BALNEÁRIA DE PRAIA GRANDE. **Caderno de Análise do Mapa da Juventude 2013**. Praia Grande: Prefeitura de Praia Grande, 2013. 32 p.

PREFEITURA DA ESTÂNCIA BALNEÁRIA DE PRAIA GRANDE. Lei Complementar nº 727, de 16 de dezembro de 2016. **Plano Diretor 2017-2026**. Praia Grande, SP, 16 dez. 2016. Disponível em: <http://www.praiagrande.sp.gov.br/Administracao/leisdecretos_view.asp?codLeis=5242>. Acesso em: 04 abr. 2018.

PREFEITURA DA ESTÂNCIA BALNEÁRIA DE PRAIA GRANDE. **Praia Grande completa 51 anos em franco desenvolvimento**. 2018. Disponível em: <http://www.praiagrande.sp.gov.br/pgnoticias/noticias/noticia_01.asp?cod=44069>. Acesso em: 22 dez. 2018.

PREFEITURA DA ESTÂNCIA BALNEÁRIA DE PRAIA GRANDE. **Metamorfose**. 2013. (8 min.), son., color. Port. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=f1pORcxj-Hc>>. Acesso em: 01 dez. 2018.

PRENSKY, M. Nativos digitais, imigrantes digitais. **Ncb University Press On The Horizon**, v. 9, n. 5, out. 2001. Disponível em: <<https://docs.google.com/document/d/1XXFbstvPZIT6Bibw03JSsMmdDknwjNcTYm7j1a0noxY/edit>>. Acesso em: 11 dez. 2018.

RAMOS, A.; FARIA, P. Literacia Digital e Literacia Informacional: breve análise dos conceitos a partir de uma revisão sistemática de literatura. **Revista Linhas**, Florianópolis, v. 13, n. 02, p. 29-50, 1 dez. 2012.

RIBEIRO, D. **O Povo Brasileiro: A formação e o sentido do Brasil**. São Paulo: Global, 1995. 477 p.

RODRIGUES, W. C. **Metodologia Científica**. Paracambi: Faetec/ist, 2007.

ROSA, B. B. **A transdisciplinariedade das literacias emergentes no contemporâneo conectado: documental das literacias de mídia e informação (MIL)**. 2016. 201 f. Dissertação (Mestrado) – Curso de Interfaces Sociais da Comunicação, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo – USP, São Paulo, 2016. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-09032017-143021/pt-br.php>>. Acesso em: 17 dez. 2018.

ROSSETTI, R. Categorias de inovação para os estudos em Comunicação. **Comunicação e Inovação**, São Caetano do Sul, v. 14, n. 27, p. 63-72, 01 jul. 2013. Disponível em: <http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/2262>. Acesso em: 01 dez. 2018.

ROSSI, E. Com boom no uso do celular, vídeo na vertical muda paradigma de filmagem. **Folha de S. Paulo**. São Paulo, p. 01. 15 set. 2017. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2017/09/1918734-com-boom-no-uso-do-celular-video-na-vertical-muda-paradigma-de-filmagem.shtml>>. Acesso em: 01 dez. 2018.

RUDIGER, F. **As teorias da cibercultura**: perspectivas, questões e autores. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2013. 319 p.

RYAN, K. M. Vertical video: rupturing the aesthetic paradigm. **Visual Communication**, Califórnia, v. 17, n. 2, p. 245-261, 28 out. 2017.

SANTAELLA, L. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. **Famecos**, Porto Alegre, n. 22, p. 23-32, 01 dez. 2003. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3229/2493>>. Acesso em: 01 dez. 2018.

SÃO PAULO. Governo do Estado de São Paulo/ Fundação Sistema Estadual SEADE. **Relógio da população**. 2018. Disponível em: <<http://www.seade.gov.br/>>. Acesso em: 10 dez. 2018.

SPIGEL, B. The Relational Organization of Entrepreneurial Ecosystems. **Entrepreneurship Theory And Practice**, v. 41, n. 1, p. 49-72, 25 jun. 2015.

TAPSCOTT, D; WILLIAMS, A. **Wikinomics**: Como a colaboração em massa pode mudar o seu negócio. São Paulo: Nova Fronteira, 2008.

TIC DOMICÍLIOS 2017. **Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação no Brasil**. 2017. Disponível em: <http://www.cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2017_coletiva_de_imprensa_7.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2018.

TOFLER, A. **A Terceira Onda**: a morte do industrialismo e o nascimento de uma nova civilização. 29. ed. Rio de Janeiro: Record, 2007.

UNESCO. **Alfabetização midiática e informacional**. 2018. Disponível em: <<http://www.unesco.org/new/pt/brasil/communication-and-information/access-to-knowledge/media-and-information-literacy/>>. Acesso em: 04 dez. 2018

YOO, Y.; HENFRIDSSON, O.; LYYTINEN, K. Research Commentary – The New Organizing Logic of Digital Innovation: An Agenda for Information Systems Research. **Information Systems Research**, v. 21, n. 4, p. 724-735, dez. 2010.

YOUTUBE. Disponível em: <<https://www.youtube.com/>>. Acesso em: 01 dez. 2018.

APÊNDICES

Apêndice A – Entrevista com a confeitira

Data: 06/08/2018 e 03/09/2018

Tempo da entrevista: 81min61s

Pesquisadora: Quanto tempo você demora para você fazer um chantilly?

Confeitira: Demoro de 5 a 10 minutos, sim, é como se fala mini, minimizar. Facilita o meu trabalho, porque se fosse na batedeira convencional ia demorar muito mais. O certo não era para fazer isso que eu estou fazendo, era para cobrir um bolo de cada vez, e depois colocar aqui por cima, só que assim eu inventei isso de última hora. Aí como não é um bolo que ele vai ser transportado para a longe, ele vai ficar só aqui em casa mesmo é, então, não tem necessidade, porque isso garante minha segurança, tipo, cobrir antes de colocar os dois, cobrir o de baixo primeiro, cobrir o de cima, depois juntar os dois.

Pesquisadora: Tem um algo entre os bolos. O que é?

Confeitira: É o suporte de isopor para que o bolo não afunde sobre o outro. Ainda tem um palito que eu coloquei para reforçar no meio, assim é recomendável, quando faz bolo de andares, mesmo assim, usar o suporte para ter segurança, porque se não tiver o suporte, um bolo pode afundar sobre o outro e acaba acontecendo um desastre.

Pesquisadora: E tem perigo que a pessoa mastigue o palito?

Confeitira: Não, porque na hora a pessoa, antes de cortar o bolo, ela tira. Eu deixo avisado que na verdade o palito é assim, não é assim uma coisa indicada porque tem os próprios suportes para poder usar, eu uso suportes, mas como é em casa eu uso o palito, porque é uma coisa mais caseira que eu aprendi assim, de início.

Pesquisadora: E esse suporte depois a pessoa te devolve?

Confeitira: É, a pessoa me devolve. Ele não é de acetato, é um plástico bem grosso, mas é um material muito bom.

Pesquisadora: Você já sabe que decoração vai fazer?

Confeiteira: Vou fazer uns detalhes rosa, aí eu vou fazer a fita de cetim, no pezinho dele, e acho que vai ficar bonitinho.

Pesquisadora: Como você aprendeu a fazer esses bolos?

Confeiteira: Eu via vários vídeos na *Internet*, e minha mãe fazia algumas coisas, só que não era bolo de festa, assim bolos para casa, mais caseiro, que costumam chamar de bolos da vovó, ela foi me ensinando, aprendeu no PIC [Programa de Integração e Cidadania], vários workshops, aí tudo que ela aprendia lá, ela passava para mim. Quando ela chegava em casa, ela me ensinava, e eu acabava inventando de fazer moda e fazia. Aí, de tanto fazer bolos caseiros, eu uma vez fui tentar fazer, mexer com *chantilly*, para ver o que eu conseguia fazer, mas os bolos do começo sempre são bem tristes. Mas mesmo assim eu fiz, eu levei até pra igreja, estava tendo um ensaio da irmã, aí eu peguei, eu estava com as minhas duas primas, aí a gente decorou com um pouco de *chantilly*, um pouco de granulado, ficou bem estranhinho (sic), mas a partir dali eu fui fazendo outros vários, porque muita gente gostava e perguntava: “Porque você não faz pra festa? ”. E acabei que eu comecei a pegar gosto, fiz, comecei a fazer aos poucos pra família, quando tinha aniversário de algum parente, eu sempre inventava de fazer algum bolinho, por mais que fosse simples, foi dali que eu comecei.

Pesquisadora: Você buscava inspiração para fazer os bolos onde?

Confeiteira: Tudo que eu sei hoje, eu aprendi na *Internet*.

Pesquisadora: Você lembra onde de você começou a pesquisar sobre os bolos?

Confeiteira: Vários vídeos no *Youtube*, tudo que é confeiteira que tem eu via, a Inês Teles, a confeitaria refinada, até hoje eu vejo os vídeos deles, é como se fala, *Penélope Academic*, só nome de confeiteiras muito *top*.

Pesquisadora: Como você faz para acessar esses vídeos?

Confeiteira: Pelo computador, celular, se eu tiver muito tempo sobrando, eu pego o notebook, eu acho que eu fico mais à vontade agora, se eu não tiver com muito tempo eu vejo no celular mesmo.

Pesquisadora: Qual o tipo de conexão você usa para acessar esses vídeos?

Confeiteira: Eu tenho os dois 3G e uso o *wi-fi*.

Pesquisadora: Quem paga a Internet da sua casa?

Confeiteira: Quem paga é meu pai, é ele, não sabe nem o que é *Internet*. Ele tem o celular, mas só usa para o necessário, para a ligação, e ele não tem interesse, ele fala que isso é a perdição do mundo, a *Internet*.

Pesquisadora: E você também acha isso?

Confeiteira: Não, a *Internet* tem seus benefícios e seus malefícios, depende de cada saber como usar.

Pesquisadora: Quais são esses benefícios?

Confeiteira: Os benefícios é que é assim, como um exemplo, tem gente por aí que não tem oportunidade de muitas coisas e, assim, você tendo *Internet* em casa, você tem, tem gente que não tem condições financeira de pagar um curso, então, você vendo vídeos que te interessa, você acha muita coisa interessante e assim vai da pessoa querer ser alguém na vida, apreender algumas ideias, é o que não falta, dicas, então, tudo gratuito, principalmente no *Youtube*, que tem diversos vídeos, muita gente faz principalmente para ajudar, então, eu acho que assim vai mais do interesse da pessoa, se a pessoa é bem interessada, em fazer alguma diferente, em ser alguém na vida, é, sei lá, é procurar por opções e, na *Internet* é o que não falta, principalmente na *Internet*.

Pesquisadora: E os malefícios?

Confeiteira: Ah, se torna meio que um vício, na verdade, né. Assim, tem que saber dosar também, não sei te dizer assim, a *Internet* deixa a pessoas mais distantes um pouco das outras, sim...muito... é o que te falei, vai do caráter da pessoa.

Pesquisadora: O que te motivou a aprender fazer os doces e bolos?

Confeiteira: Eu mexo com as partes dos doces, eu fui pegando gosto pela coisa e não quis parar mais, nunca pensei assim em estar fazendo bolo, doces para festa, mas foi um amor que foi crescendo com o tempo e foi do tipo do nada, uma coisa que eu não esperava.

Pesquisadora: A Internet já te ensino tudo, porque eu vi na sua rede social que você está buscando outros, fora, com professores?

Confeiteira: Eu acho que ainda tem muita coisa para aprender, não aprendi tudo e nunca vou saber de tudo. Tem muita coisa que eu não vi, tem muita coisa para acontecer. A gente

aprende na teoria vendo os vídeos, só que na prática já é uma diferente, principalmente quando se trata em coisa de comida, então, assim, os vídeos são bons, só que você está ali fazendo com a pessoa do lado, tirando suas dúvidas, na hora é algo totalmente diferente, então.

Pesquisadora: Você se sente uma pessoa estressada?

Confeiteira: Ah, eu acho assim, cozinhar para mim é uma terapia, e tipo, é muitas vezes desestressante (sic). Eu não me considero muito estressada, eu sou calma eu me estresso muito fácil e sei fazer bolo, confeitaria me dá uma paz na tranquilidade, eu gosto de fazer assim, inventar coisas na coisa.

Pesquisadora: Por que você só faz doces?

Confeiteira: Não, salgado não é a minha praia.

Pesquisadora: Você conhece alguém que também aprendeu por meio da *Internet*?

Confeiteira: Eu tenho assim, eu só tenho essa minha tia, minhas duas tias que elas fazem crochê e aprenderam vendo vídeos.

Pesquisadora: Em que cidade você nasceu e seus pais nasceram?

Confeiteira: Nasci aqui mesmo, não nasci em São Vicente, na verdade eu nasci só no hospital em São Vicente. Minha mãe morava em São Vicente, depois ela veio para cá. Digamos que sim. Meu pai na Bahia, não lembro e a mãe, Alagoas, não lembro. Bastante, uns a maioria está em Maceió, assim, 50% em Maceió, uns 25% estão aqui na Praia Grande, e uns 25% estão em Goiás.

Pesquisadora: Você deseja fazer alguma faculdade?

Confeiteira: No caso eu escolhi Administração, mas assim não é uma coisa, a princípio eu queria, porque o meu propósito era fazer Gastronomia, só que eu queria fazer Gastronomia por conta dos bolos, só que a Gastronomia ela tem a questão que ela não foca em si na parte dos bolos, ela foca geral na comida, só que o meu foco são os doces e bolos para festa. E comida de restaurante, é comida, assim de restaurante, não é uma coisa que eu gosto muito de fazer. Assim, eu particularmente não gosto de mexer com a parte de salgado, mas com a parte doce, então não eu acho que não seria muita vantagem, eu fazer a faculdade de Gastronomia, o que por conta disso porque eu acho que seria uma coisa chata.

Pesquisadora: Em que cidade você vai fazer esse curso?

Confeiteira: Então, se eu for fazer, vai ser mais na FPG [Faculdade Praia Grande], aqui na Praia Grande, mesmo, faculdade em Praia Grande, assim, não depende de ir ou não, depende mais das condições, né. Porque, estou fazendo aqui porque a faculdade da Praia Grande ela dá os benefícios para os alunos que são da escola estadual, então eu tenho que ir onde me cabe. Eles dão desconto, minha amiga me falou, é esse nome bolsa escola, a Fals [Faculdade do Litoral Sul Paulista], então, as duas, tipo você faz uma prova, aí dependendo do quanto de acerto que você tiver, eles dão o ponto. Não, cada faculdade é uma prova, o valor é R\$ 70,00.

Pesquisadora: Você sabe qual é o valor da bolsa?

Confeiteira: Exatamente, eu não ainda procurei saber qual o valor da bolsa inteira, vai vir desconto por ser da escola estadual e ainda vai ter o desconto da prova. Teve sim, porque você é beneficiada em tá pagando menos a mensalidade da faculdade.

Pesquisadora: Você considera boa a qualidade do ensino?

Confeiteira: É boa sim, o que vai depender da aprendizagem é o interesse do próprio aluno. Não é porque eu estudo numa escola particular que eu tenho o ensino melhor do que uma pessoa que estuda na escola pública, o que vai ganhar é, não adianta eu me gabar porque estudo numa escola particular, que o ensino vai ser o mesmo. Assim eles falam, dizem que eles não querem que eles ensinem para a gente né, porque eles querem transformar pessoas em ignorantes e que não pensam.

Pesquisadora: E qual a sua opinião sobre isso?

Confeiteira: Meus professores vive me falando, o professor de Português e Sociologia, ele vive falando que eles querem seres não pensantes, eu acho, é, realmente eles querem que a gente esqueça, tipo que quer que a gente não saiba mais profundamente dos assuntos para a gente não ir atrás dos nossos direitos e fazer com que eles cumpram com os deveres deles né, então, eles querem quanto mais pessoas burras, mais eles ganham, é porque a pessoa não sabe, nem vai votar, não sabe nem em quem tá votando, coisas assim, então, quanto mais determinado assunto, mais a gente vai querer correr atrás daquilo.

Pesquisadora: Você acredita que todos podem aprender pelas redes sociais?

Confeiteira: Oh, eu acho que a cada dia mais, assim, as pessoas ficam mais curiosas e se a gente não tiver quem, passe algo, estudo sobre terminado assunto, as pessoas do tipo meio que elas vão morrer ali, mas, está tudo bem, com *Internet* é boa, mas você falando assim com a pessoa cara a cara você entende melhor do que você está vendo um vídeo na *Internet*. Às vezes você falta um pouco de atenção e assim pessoalmente é melhor. Às vezes sim, às vezes é bom trabalho, pelo contrário, aproxima até. Sim, porque eu sempre fui muito reservada, sempre fui na minha e ainda sou tipo quieta, mas, muito tímida, os meus bolos são uma forma das pessoas me conhecerem na verdade.

Pesquisadora: Como você faz para dar os preços nos seus doces?

Confeiteira: É o que eu sempre falo, minha vontade, de boa. Toda vez que eu faço alguma coisa para vender sempre penso antes de mim, eu penso no cliente, paro para pensar, assim avalio o produto e fico pensando: será que está, o valor vai estar bom para o cliente, tipo? Será que eu compraria se estivesse no lugar do cliente? Será que não iria achar caro? Será que eu vou achar que está justo? Então, assim eu penso em mim, mas antes eu penso no cliente, porque não adianta eu querer vender uma coisa cara sendo que eu sei que não vai ter muita saída e eu não vou conquistar muita gente, então, se eu vender assim uma coisa mais acessível, que possa alcançar mais pessoas, vai ser melhor para mim. Porque eu ganho muito na propaganda, por mais que eu venda pouco, assim eu costumo falar que eu ganho em quantidade, e não tipo, uma coisa que fazem muito, por aí, as moças elas vendem os produtos dela, mas num valor totalmente inacessível, um exemplo tipo: elas vendem um valor que não é acessível eu tento vender um valor que fique bom para cliente e bom para mim, porque eu acho que assim mais vale eu vender bastante um preço acessível do que eu subir o preço e não vender quase nada, então, acho que assim, quanto mais eu tentar ali, está balanceando cliente e oferta. Essa semana mesmo eu fui no mercadinho da esquina com a cartela de ovo, estava ciente que era R\$ 10,00 né, quando eu fui pagar, aí o moço falou assim, tá R\$ 7,00, para, eu quero mais três, aí eu levei três cartelas porque estava mais em conta, então, onde tem promoção eu corro.

Pesquisadora: Quais são os ingredientes que você utiliza nos seus bolos?

Confeiteira: Vai açúcar, farinha de trigo, ovo, pão de ló que eu faço, vai açúcar, farinha de trigo, ovo, não é uma massa aerada que ela rende pouco mais, e ela fica um pouco mais fofa, que é o certo e o ideal para fazer bolo. Vai ovo, o açúcar, farinha de trigo, eu uso água no lugar do leite, porque eu já fiz a troca, porque assim, a princípio, quando eu vi a receita que eu

peguei a receita no *Youtube*, ao ver a receita, eu achava que a mulher é muito econômica e não ficava boa o sabor do bolo com água, aí eu fiz achei boa sim, só que aí eu falei: porque que eu não troco por leite pra ficar uma receita mais em gostosa, só que eu fiz a troca da água pelo leite e não ficou a mesma coisa, ficou mais pesada, ficou mais densa e não ficou igual à que usava água, então eu uso água mesmo e continuo com a mesma receita, mas assim, em termos de gastar o que eu gasto bem mais é no recheio. A massa é um padrão só. Aquele foi de brigadeiro. Aquele foi brigadeiro *gourmet*, que é o brigadeiro que ele vai cacau... chocolate à parte, que o brigadeiro tradicional vai leite condensado, chocolate em pó e margarina, nesse eu acrescento o chocolate em barra. No caso, fica o brigadeiro gourmet, que ele ficou um brigadeiro mais macio e fica um brigadeiro, mais lisinho, sem, como se fala, sem grumos, tipo ele não embolota, então, fica mais fácil de cortar e fica mais saboroso.

Pesquisadora: Se alguém te pedisse um bolo para amanhã você pegaria essa encomenda?

Confeiteira: Não pegava, não dava porque eu ia comprometer a minha escola e como que eu ia fazer para ir no mercado atrás das coisas? Eu não sei como que eu faria porque, quer dizer, eu daria um jeito, mas oh, seria muito arriscado, porque eu teria que correr para assar o bolo agora, fazer recheio, mas minha mãe tá ali, 9 horas, ela já vai dormir que ela acorda muito cedo, fora isso, né. Assim, eu costumo dizer que eu faço em três dias bolo, porque no primeiro dia é para deixar a massa descansar, tudo no seu tempo para não dar nada de errado, eu asso a massa no primeiro dia, no segundo eu premo que o prensar é nada mais nada menos do que cortar o bolo, as camadas do bolo e rechear, umedecer, rechear. Eu umedeço com refrigerante, não uso, gosto muito não, prefiro Dolly porque o sabor do refrigerante não pega muito. O Guaraná eu não sei se é por conta da marca mesmo que ela tem gosto característico, acaba pegando pouco mais no bolo, então, eu uso a Dolly, comecei com Dolly e até agora prefiro usar ela. Eu já usei uma vez um outro guaraná, não lembro a marca, mas não ficou muito bom, eu acabei perdendo o bolo, eu tive que fazer outro, porque não gostei. Aí, no segundo premo que é como falei recheio, imune, umedece e no terceiro eu decoro perto do horário, duas horas antes de entregar o bolo, aí eu decoro, principalmente se for o bolo com arroz, eu não posso decorar ele, tipo o bolo é pra amanhã, sexta-feira por exemplo, decorar o bolo hoje e entregar amanhã, porque o papel arroz ele resseca, ele meio que enrijece, ele meio que enruga, seca e ele vai começando a subir as lateral, aí estraga o bolo todinho porque ele acaba desmanchando a decoração.

Pesquisadora: Você compra os produtos todos de uma vez?

Confeiteira: Não. Toda semana vai mercado, a pessoa encomenda bolo hoje, amanhã estou no mercado. Fica mais meu jeito que eu tenho, porque assim eu já penso em ir no mercado e fazer um estoque, comprar um monte, só que assim, eu não sei se vou ter encomenda bastante depois, então, eu fico nessa, porque tipo, eu gasto meu lucro todo ali comprando material fechado, para quando precisar, eu tiver, só que o meu medo é esse, tipo, chegar e não ter bolo para fazer, então eu vou toda semana no mercado. Exatamente, bolo no pote, eu como eu estava até com muitas encomendas como eu já falei, eu tive que dar uma parada nos bolos de pote, porque eu não podia misturar os bolos de pote com o bolo de festa, como minha cozinha é pequena, eu não posso inventar de fazer um monte de coisa ao mesmo tempo, não tem espaço para guardar, agora eu tenho uma geladeira só minha, graças a Deus. Não comprei, eu ganhei. Eu ia comprar, daí eu ia juntar dinheiro, mas uma amiga da minha mãe, ela trocou de geladeira, aí ela me deu está novinha, é uma geladeira normal, comum, com congelador. O congelador eu não preciso muito, só quando é uma coisa muito em cima da hora, aí eu ponho no congelador. O meu forno não é forno industrial, então ele demora um pouco mais, mas depende do bolo também. No mínimo uma hora para assar, também meus bolos são altos, aí demora mais ainda. O recheio ainda tem essa, se for bolo com recheio de mouse ele só precisa gelar, agora, se for com recheio, qualquer outro recheio aí, já tenho tempo para ficar mexendo no fogo, e aí vai ser mais uma coisa demorada, e fazer bolo em cima da hora não gosto de fazer, porque eu corro muito risco de dar muita coisa errada, pode desandar, faço a prensagem do dia para o outro ele fica, mais, como posso dizer, mais com estabilidade. O bolo retinho, não tem perigo de recheio vazar, quando ele está prensado, do jeito que eu coloco ali eu tiro, ele não mistura com o chantilly, aí nossa, vira uma bagunça se molhar demais. Chantilly, a cobertura que eu faço é sempre com chantilly, tem gente que não gosta de bolo com chantilly, eles fazem cobertura lá, é não é exatamente o glacê, mais fala que é glacê, porque glacê tem diversas formas de fazer o glacê, tem de glacê com emulsificante, com refrigerante, tem glacê com clara de ovo já, mas eu particularmente não gosto. Eu prefiro o chantilly, porque eu compro e já bato, é mais prático, é mais gostoso também.

Pesquisadora: Como você acha que o pessoal que mora na beira da praia vê quem mora aqui do lado da pista?

Confeiteira: Favelada. Essa é a realidade, só é valorizado do viaduto para lá, do lado viaduto para cá eles consideram tudo favelado. É muito triste porque não tem nada a ver. Até já reclamaram que eu morava muito longe, que era muito difícil de achar, mas parar de comprar por conta disso não, vem gente até de Itanhaém, comprando bolo comigo, longe, não, ela

sabia que era longe, mas ela queria mesmo por conta do meu trabalho, pessoas próximas falaram que era o fim do mundo aqui. É minha realidade, eu não posso fazer nada.

Pesquisadora: Você pretende se mudar daqui?

Confeiteira: Meu pai já falou quando ele for, ele vai deixar uma para mim e outra para o meu irmão, se ele morrer e se ele for pra Goiás e eu quiser ficar também ele vai deixar a casa para mim, é tudo para mim e para meu irmão, ele falou.

Pesquisadora: Como os seus futuros clientes podem chegar até a sua casa?

Confeiteira: Você pega o ônibus [número] 33 para ir para o terminal ou pega o [ônibus número] 17, e por dentro e chega no terminal também, ou pega o [ônibus número] 11 pela praia e para no terminal. Aí você pega o [ônibus número] 13 lá no terminal e vem aqui, aí ele vai fazer um trajeto pelo Canal ali, aí você desce no canal e de lá tem que vir andando, vai ter o campo de futebol de esquina, à esquerda é a São Jorge, depois você pega a direita, você pega a rua vindo de lá para cá, à sua esquerda e depois à direita, aqui entrar na esquerda e pega a primeira direita, que é a Rua dos Evangélicos, aí você desce, até o final da rua, que é a minha casa.

Pesquisadora: E nesse campo que você falou virar à esquerda, e depois à direita, não é difícil?

Confeiteira: O campo? Não, porque até é um ponto de referência., porque ele só entra uma vez no canal, ele vem aí, ele vai virar na ponte grande, na hora que ele virar, dá sinal que ele vai descer, não, ele vai parar no primeiro ponto que tiver.

Pesquisadora: Como você gostaria que fosse seu bairro?

Confeiteira: Nossa, minha vontade mesmo era que isso aqui crescesse, porque na verdade, mesmo com todos os efeitos dos defeitos, eu gosto de morar aqui mesmo, não vou dizer que eu não gosto. Então, se aqui fosse bem mais valorizado, nossa, eu ia ficar muito feliz. Nasci em São Vicente, aí eu vim para cá, mas eu não cheguei a morar, não. Mentira, cheguei a morar lá quando era pequena, mas muito, não muito tempo.

Pesquisadora: Como foi a sua infância, sua mãe ficava em casa ou trabalhava fora?

Confeiteira: Ela não ficava em casa, quem dera, a gente ficava brincando de pular de um lado para o outro. Minha mãe trabalhava, ela trabalhava num hotel e deixava comida, para mim e para meu irmão, mas eu ficava brincando.

Pesquisadora: Você tem algum amigo que seguiu outros caminhos, como uma vida errada?

Confeiteira: Não que tenha entrado na vida errada. Mas tem amigas que estão fumando, bebendo, mas assim, não tão chegando a roubar. Assim, eu acho que é questão de criação, minha mãe desde cedo, me criou tipo na igreja, mas não é por conta da igreja, não! Que eu sou assim hoje, eu acho que vai assim do caráter de cada uma, da criação também influencia, tem gente que tá na igreja, fala que é uma coisa totalmente diferente, então, já não é mais um da igreja, assim, participo. Mas agora eu mudei de igreja, já não estou aonde eu estava, faz tempo. É que é assim, não, porque aconteceu um monte de negócio na igreja, a gente não estava concordando, a gente acabou saindo. Aí meus pais eles ficaram na igreja, só que onde eles estão eu não me identifiquei muito, igreja que tem mais jovens, tenho alguns amigos na Metodista, na rua do Nova Onda, Assembleia e a Metodista são, ensinamentos totalmente diferentes, lá na Metodista onde eu estou, eles fazem as coisas mais em conjunto pensando num todo, aqui na Assembleia, era mais individual que você tinha oportunidade individual, cantava em conjuntos individuais, tinha o conjunto das crianças, o conjunto das adolescentes, dos jovens das irmãs, lá não, já não tem oportunidade, todo mundo canta, tipo a igreja toda, em conjunto, canto em conjunto. Então, questão da roupa também na Assembleia, a gente só podia usar calça. Na Assembleia de Deus você vê as pessoas mó (sic) chique, umas querendo ser mais bonita que a outra, mas lá não, eles são muito simples, todo mundo de calça, blusa comum, sapatilha, tênis, é uma pessoa muito à vontade assim, te amam vestindo igual aos outros.

Pesquisadora: Como está sendo essa mudança?

Confeiteira: Igual te falei, eu sempre fui acostumada com esse padrão, agora lá já me senti diferente, porque eu chegava lá de vestido de saia e todo mundo de calça, aí eu ficava meio assim, mó vergonha, mas, lá, tipo já comecei a me acostumar, já é super comum está de calça. Mudei meu guarda-roupa todo, mas na verdade eu meio que precisei né, porque também, questão da academia que eu entrei, aí eu acabei perdendo uns quilinhos. Então, os meus vestidos que eu tinha, eles eram tudo a cinturado, que é roupa de igreja né, então, era tudo aqueles vestidos de um bonitinho de mocinha, era todo tipo coladinho na cintura, então, eu acabei perdendo-os, porque eu perdi um pouco de cintura. Tive que dar os meus vestidinhos

todinhos para minhas tias, foi até bom, porque eu perdi minhas roupas, eu tenho uma tia e tem umas primas que elas têm um corpo assim com o meu, não são tão velhinha, assim não, ela fez 40 anos, ela tem cara de 15 anos, mas gosta de roupa de jovem e a outra tem 38 anos.

Pesquisadora: Você teve de trocar todas as suas roupas? Essa mudança foi boa?

Confeiteira: Não. É assim, foi bom eu ter trocado o guarda-roupa, porque lá na outra igreja eu não ia usar os vestidos, então, foi benefício, né, na verdade, é até bom, porque tipo, as roupas que eu uso para ir para a igreja, posso usar para ir em outros lugares, as roupas que eu usava para ir para igreja aqui, eu, só essa podia usar para ir para igreja, entendeu? Tem menina da minha escola, eu acho que umas duas são igreja, elas vão para escola de saia, eu não tenho essa coragem não, que mesmo assim não acho que fica uma coisa confortável, sem contar que tem uns babacas ainda que fica zoando né, porque está indo para a escola de saia, mas assim, coisa que eu não iria. Eles queriam muito que eu acompanhasse eles, só que eles falaram para mim que eu contei, e falei né, que eu não tinha vontade de ficar lá, tinha vontade de ficar lá na Metodista por conta dos amigos, de me sentir mais à vontade, aí eles falaram que não importa onde eu esteja, importa que eu esteja indo para a igreja, não porque eles não iam se acostumar, porque eles são Assembleia raiz, mesmo, tipo, de muito tempo já numa doutrina, raiz que eu digo é que tipo, tem os costumes de antigamente, já, Metodista, tipo o que eu falo, é uma igreja mais voltada para jovens em um ensinamento totalmente diferente, então, eles não iam se acostumar, na Metodista, a gente tem um hinário, uns hinos da harpa, lá já não tem isso, não canta o hino da harpa, eles trocam os hinos da harpa por músicas de adoração, então, já é uma coisa que não tem na Assembleia de Deus, eles dão oportunidades para as pessoas cantar, expressar, mudei para lá, tem uns dois meses só que assim eu ando faltando bastante porque eu estou tendo muito serviço e também o pai adoeceu agora, eu estava indo quase todos os dias com ele para a UPA [Unidade de Pronto Atendimento], estava sendo meio difícil esses dias, tem uma semana e meia que eu não vou na igreja, e é muito difícil, eu aviso pra meninas da manutenção, mas é de boa, pastor e pastora.

Pesquisadora: Você mudou a posição do computador, vi que você colocou o travesseiro como apoio para suas costas, você está sentindo dores? Você acredita que essas dores são devido ao seu trabalho?

Confeiteira: Aí. Eu uso aqui, ó, no meu colo fico aqui, comecei agora porque minhas costas estavam doendo muito, muito, muito, sim, da posição que eu fico, aí eu costumo colocar o travesseiro atrás de mim.

Pesquisadora: Você já foi em algum médico para ver essas dores?

Confeiteira: Ainda não, mas eu pretendo ir, porque está muito complicado.

Pesquisadora: Você acredita que, o que você aprende na escola do Estado e da particular?

Confeiteira: Em relação as matérias: Física, Química e Matemática. Sim, só o de Química que eu não sei o que está acontecendo, que está faltando para caramba, aí são os professores eventuais, alguns passam lição do assunto que o professor está passando, alguns não fazem nada e outros eles façam uma atividade, mas de outra matéria. Sim, não tem o que fazer, se ele falta a gente não pode fazer nada. Não sei ainda, porque eu não vi esse vídeo, estava vendo outros vídeos, eu comecei hoje, você não está entendendo, agora estou muito ferrada, mano é muita matéria, fora o tempo que eu não tenho, é muito difícil arrumar tempo para mim estudar.

Pesquisadora: Você gostaria de ter dinheiro para não precisar trabalhar e só estudar?

Confeiteira: Nossa, quem dera, porque assim, se eu fosse fazer, eu faria por *hobby* mesmo, assim, em casa, mas para vender acho que não, porque às vezes é muita correria, é muita responsabilidade, feliz, eu tenho vontade de ter dinheiro, mas não por ganância, para ajudar os outros, tipo, eu tenho vontade de poder empregar as pessoas.

Pesquisadora: Você paga algum imposto ao governo. Você tem firma aberta?

Confeiteira: Não tenho. Minha professora está falando, ela falou que seria muito interessante que eu tivesse esse MEI [Microempreendedor Individual] porque, através disso, poderia contribuir com valor todo mês, né, e poderei me aposentar como se eu tivesse trabalhando para alguém, só que assim, ela disse que tem os benefícios e os malefícios que eu não entendi muito bem, mas eu achei muito interessante a proposta. Não ela só deu uma pincelada por cima e falou para mim procurar mais sobre o assunto. Nossa, inclusive tem uma inspetora, coordenadora lá da minha escola, que ela está me perturbando tanto para eu fazer bolo de pote, que você não tem noção, eu prometi para ela que essa semana eu vou dar um jeito de fazer, mesmo com tudo que eu tenho, é a dona Arlene. Se for para mim fazer, eu não faço um só, eu faço bastante, por isso, que eu demoro muito para fazer, mas quando eu faço, também faço um monte. Eu ainda não fiz ainda, mas por conta do cartão da minha mãe, porque está sem limite, eu tenho que esperar passar o dia 7, porque eu consumi o limite todo, consumi no mercado, viu, tipo já paguei tudo, mas eu tenho que esperar virar o cartão.

Pesquisadora: Você já pensou em criar um canal para ensinar as pessoas?

Confeiteira: Já. Tenho vontade de ensinar para as pessoas como fazer, porque eu gosto de ensinar para as pessoas, principalmente coisas de comer.

Pesquisadora: E por que você ainda não fez?

Confeiteira: Porque eu sou muito tímida, olha, eu estou com vergonha de falar aqui agora, imagina para um monte de gente e também por conta da minha cozinha assim, se eu tivesse tipo, falando esteticamente: uma cozinha mais organizado, eu tivesse todos os equipamentos que precisa e tipo, tudo combinando, aquelas coisinhas bonitinhas, coisa de gente fina mesmo, né. Talvez porque tem muita gente fresca, né. O problema, já pensei, mas o problema é que a *Internet* é aquilo, né, tem pessoas que vai te ajudar e tem pessoas que vai te criticar, então, eu não gosto assim da crítica, né, o máximo evitar constrangimentos e ficar longe de brigas, discussões, eu prefiro, não gosto muito de ficar debatendo, não, porque é meio que deixa para lá tipo, se eu falar alguma coisa de errado aí a pessoa vem entender comigo, eu resolvo problema, ele, se ela quiser continuar, ela fica falando sozinha, eu paro de falar, aí fico na minha porque não vale a pena.

Pesquisadora: Como você faz para ter mais clientes?

Confeiteira: Eu queria alcançar mais pessoas em termos de conhecer o meu trabalho, porque tem muita gente ainda que não me conhece, então, eu criei uma forma das pessoas me seguirem no Instagram, porque assim no Facebook ela já ia me ter mais fácil, então, elas iam me seguir no Instagram porque eu tenho poucos seguidores e porque também eu vejo que muitas confeitadeiras também tem muitos seguidores no Instagram e isso ajuda também, aí por isso que eu fiz um sorteio de uma bandejinha ontem com dez coxinhas de morango, quem me seguir no Instagram e curtir minha publicação e compartilhar no *Facebook*, aí eu fiz o sorteio pra todo mundo. Olha, eu acho que foram, se eu não me engano, foram quase 200 pessoas no Instagram, eu tinha quatrocentos e alguma coisa de seguidores no Instagram e subiu para seiscentos e dezoito, posto tudo do trabalho, todos diários que eu faço posto lá: bolo caseiro, brigadeiro, qualquer coisa eu tiro foto e posto, porque é daí que vem a minha propaganda. Posto, sim no meu *Facebook*, mas é pouca coisa que, eu posto, no Instagram não mexo, tanto que mexi mais no Facebook agora, que eu aprendi a postar mais algumas fotos, no Instagram e compartilho no Facebook porque vai direto para os dois, aí porque eu não tinha costume de usar o Instagram, passei a usar agora recentemente, então, eu posto mais direto no *Facebook*

porque eu fico direto no *Facebook*. Antes era assim, eu abandonei o *Instagram*, mas agora estou assim, não estou diariamente, mas estou mais frequente. Eu respondo com mais facilidade agora as pessoas do Instagram, no Instagram vejo algumas publicações, mas tô mais frequente agora, mas ainda não era, mas agora eu tô em casa, fala uma pessoa...

Pesquisadora: Você tem algum confeitoiro que te inspire?

Confeiteira: Uma pessoa que eu me inspiro agora em mente não vem nenhuma mas, o que me inspira é ver a satisfação das pessoas estar comendo algo que eu fiz, então, eu acho que a satisfação no caso seria a minha inspiração, porque assim, eu gosto de você, eu tenho muito prazer em ver a pessoa comendo algo que eu estou fazendo, uma coisa que te falo, não precisa nem me pagar que eu já fico feliz só de ver a pessoa comendo.

Pesquisadora: Como é ter um quarto só para você?

Confeiteira: Outra coisa, muito melhor, porque eu tenho minha privacidade, assim posso deixar as coisas mais ou menos do jeito que eu quero. Eu arrumo minhas coisas, ninguém mexe, mais ou menos, né, às vezes alguém entra aqui, não sai entrando sem educação. Sim às vezes, e eu tranco a porta. Aí é um passo a passo, aí eu tenho que me conter, fazer o quê. Meu pai estava pensando sabe o que? Ele queria que eu voltasse a dormir com meu irmão e transformasse esse quarto aqui, num atelier, só para mim guardar minhas coisas. Assim, gostei pra caramba porque eu tenho vontade de ter um atelier das minhas coisas da cozinha, deixar só aqui separado, só para fazer isso, não queria abrir mão do meu quarto, entendeu. Ficaria só minhas coisas. Dá para fazer, não tinha pensado nessa ideia, só que eu não sei o que quero, abrir mão do meu quarto, porque mano. Nossa, fui ter o meu quarto no ano passado, tipo era uma coisa que eu sempre quis muito, então, não é que é difícil, é chato na hora da arrumação, porque meu irmão é muito desleixado, muito desorganizado, só eu que faço as coisas em casa, ele não faz nada, eu não gosto de bagunça. Minha mãe dá muita moleza, ela deu muita moleza para ele por ele ser mais novo e por ser homem, então, ele acabou acostumando. Tinha que me ajudar, a fazer as coisas em casa, porque ninguém é empregado de ninguém, se todo mundo colaborasse ficaria tudo organizado. Direto, mas não adianta, nada ele diz: - você não é minha mãe, você não manda em mim.

Apêndice B – Entrevista com o multitarefas

Local: Praia Grande

Datas: 09/2018 e 05/09/2018

Tempo da entrevista: 71min 55 s

Pesquisadora: Você poderia me falar onde você está trabalhando e como e onde você aprendeu a editar vídeos?

Multitarefa: Autônomo, eu trabalho no galpão como ajudante geral conferente, mas sem registro na carteira. Meu forte, onde eu sou formado, é em desenho artístico, só que não foi na *Internet*, eu fiz curso, e tal, desde pequeno também, e o que eu aprendi na *Internet* foi edição de vídeo, no *Sony Vegas*, eu aprendi vendo tutorial em Inglês, *Youtube*. Reduzir gasto, como eu trabalhava com desenho na época né, tipo, comida de caricatura de *cartoon*, desenho artístico, retrato. Então, eu tinha que achar um meio de divulgar o trabalho, ter um portfólio, aí o meu primo filmava com celular, eu editava no *Movie Maker*. Beleza! Até aí suave, porque é simples né, eu tinha que dar um *up (sic)* no trabalho, aí eu conheci o *Sony Vegas*, só que eu não sabia mexer porque era tudo em Inglês e não tinha condições de pagar alguém para fazer isso. Então, eu tive que aprender de qualquer jeito, consulta, aí eu aprendi para poder soltar no canal, e tal, no *Youtube*, e ter um portfólio.

Pesquisadora: Como é o seu acesso à *Internet*?

Multitarefa: Ruim, na época, se não me engano, eu tinha Vivo, não era bem ..., tão ruim assim, mas era lento, entendeu, aí tinha que baixar o vídeo ou vendo, pausando e deixando carregar, quando carregasse tudo e ia, via, lá e assistia ou, então, ir na *lan house*, isso em 2013/2014, eu aprendi mesmo, ainda tem muita coisa para eu aprender, ainda. Minha referência em edição de vídeo, aqui na Baixada Santista, é o AM vídeo, o André e eu mesmo, eu não quero. Nem me fala, eu nem falo que sou editor de vídeo, ou *videomaker*, eu sou curioso, André Martins, AM vídeos, ele é *videomaker*, minha referência em filmagens. Ele, *videomaker* mesmo, ele faz clipe, casamento, tudo. Como é que eu vou explicar? Ele filma e edita, ele é bom nos dois, eu conheci ele contatando no trabalho dele, divulgação, na época eu só desenhava em boné, fazia umas ediçãozinhas no *Movie Maker* ainda, aí foi quando eu contratei o trabalho dele, ele filmou tudo, a gente fez, eu lá desenhando no boné, tinha duas amigas do lado, tal. A gente fez um roteirozinho (sic) e acabou soltando, isso em 2014.

Pesquisadora: Até que ano você estudou? Você teve alguma dificuldade na escola?

Multitarefa: Terminei, fiz o colegial. Em relação à edição de vídeo, o que instigou foram os cliques de rap. back, nem tinha música de *rap*, era os *black*, era os raps gringos. Isso que me instigou a aprender a editar, porque eu achei da hora aquilo, eu molecão, eu me trancava no quarto da minha casa com os *DVDs*, lá pirata e eu ficava lá trancado, trancava o quarto e ficava lá assistindo o *DVD* inteiro, e prestando atenção não só na música, melodia e tudo, porque é uma música que gosto, que eu curto, é um estilo que curto, mas como foi feito aquilo. Aquele vídeo, os *takes*, as transições de imagem, tudo. Eu ficar prestando atenção, eu nem sabia o que era, mas eu ficava com a atenção. Eu queria aquilo! Como é que isso? Como é que fazem aquilo? Foi aí que me instigou a aprender, a tentar filmar, eu mesmo editava. Eu filmava no celular, minha dificuldade que é, hoje eu ainda faço umas rimas, componho minhas músicas, já fiz algumas apresentações, intervenções aqui na Baixada Santista, em São Paulo, mas nessa época eu era só cartunista e também a dificuldade em achar alguém para me filmar, porque não dava para eu desenhar e filmar, e eu nunca tive um espaço aqui em casa para eu desenhar. Então, eu tinha o curso de quando era menor de idade. Desenhava aqui nessa mesa aqui da minha mãe, aqui na cozinha e, as minhas apresentações era tudo na rua, tudo nos eventos, nas quermesses, aqui na Vila Sônia, aqui na quebrada. Era assim, não tinha um lugar meu, um canto aqui em casa para eu desenhar. Já até cheguei a tirar uma mixaria com isso, assim em torno de 2014, na época que o *funk* estava mais estourado. Mas com o que eu ganhei, assim dinheiro, entre aspas, na época, foi por causa do *funk*. Eu fazia encomendas para *MCs*, meu portfólio era todo com *cartoon* relacionado ao gênero *funk*, então, eu devo muito ao *funk*. Foi a época que ganhei dinheiro, mas nada que me sustentasse. Faço, mas fico oscilando de música, faço vídeo de terceiros de outros *MCs*, faço os meus também, outra pessoa filma, eu mesmo edito. E já teve ocasiões que eu mesmo filmava e editava, mas era *web clipe* simples. Desenho, eu solto mais como foto, como uma imagem, não faço muito. Faz tempo que eu não faço vídeo, gravações, registro que eu estou desenhando ali no vídeo.

Pesquisadora: Como é a sua condição de vida e o que a *Internet* te trouxe de bom?

Multitarefa: Me ajudou assim em questão de abrir a mente, para leitura, para conhecimento, me ajudou muito, em relação a conhecimento, mas financeiramente, não. Eu sempre trabalhei, independente, desde dezesseis, dezessete anos eu sempre, e trabalhei no pesado de ajudante, com o meu pai, no caminhão dele. Não mudou nada para mim, assim, em relação ao financeiro. Trabalhei no CAMP [Centro de Aprendizagem Metódica e Prática], fazia bicos com ele, até eles me chamarem. Patrulheiro. O CAMP, como é que eu vou explicar? É

oportunidade que eles dão, que a cidade dá, é um projeto que dá oportunidade para menores de idade trabalhar registrado. Então, eu com dezesseis anos para dezessete, já trabalhava registrado. Era meio período, é uma carga horária, era metade comparado aos adultos e já era registradinho (sic). Então, era um aprendiz, menor aprendiz. Eu trabalhava na Sesurb [Secretaria de Serviços Urbanos] na prefeitura, era auxiliar administrativo. Então, como a prefeitura só entra com concurso, não pode ser efetivado. Ai, fui trabalhar em mercado, no galpão, porteiro, cozinha de restaurante, de tudo.

Pesquisadora: Como você faz a edições de vídeo?

Multitarefa: Meu computador, ele, nossa, não lembro a marca, é um CPU [Unidade Central de Processamento], um computador de escritório, na época foi uns R\$ 2 mil, eu fiquei uns dois anos pagando ele a prestação, ele é um computador bom, e de programa é o *Sony Vegas 11*. É o que eu uso, para vídeo. O próprio André aprendeu assim, André Martins, meus amigos relacionados à música de *rap*, todos eles aprenderam assim, os produtores, *bitmaker*, que faz base para *rap*, aprenderam tudo assim, né. Tem uma colega meu que se chama Alex, o *Spoke*, que a gente o chama, que tudo aprendeu no *Youtube*. Ele via tutorial que nem eu via os vídeos, só que ele era base de *rap*, mas tem vários.

Pesquisadora: Como você faz para divulgar seus trabalhos?

Multitarefa: Nas redes sociais, *Facebook*, *One RPM*, *Sound Cloud*, *Deezer* que nós jogamos, aí solta, no *Spotify*. Impulsiona aí, tem que tirar dinheiro, tem, para impulsionar e é na boca a boca, e não devem ir para rua mostrar o que não sabe fazer. Ajuda a divulgar também, sai espalhando, eles, ajudam assim nas minhas redes sociais, compartilham o trabalho e acaba chegando em outras pessoas, atingindo amigos deles, que não é meu amigo, mas que acabam vendo o meu trabalho, é isso, tipo na rua mesmo, na rua é eu e Deus. Eu vou com a cara e coragem, banco a minha passagem, meus gastos, meu material e vou e faço. Moro aqui atrás, no fundo, no fundo no terreno da minha mãe. Já tentei morar, morei um ano em São Paulo, nós moramos de aluguel eu e minha mulher, nós moramos em Perus um tempo e depois moramos um tempo em Ribeirão Pires, aí agora a gente fixou nos fundos da casa da minha coroa [referindo-se a mãe], no Jardim Glória. Eu fiz quando meu primeiro nasceu, meu primeiro relacionamento, ele tá com 7 anos hoje, então foi há sete anos atrás, ele é pedreiro, eu ajudei ele, eu não manjo então, tive de ajudar ele, na real, eu ajudei ele no pesado, porque eu não manjo nada de relacionado a obra, eu sou uma negação, mas eu ajudei ele. Na época eu trabalhei, assim que eu soube que a minha ex-mulher ficou grávida eu tive que trabalhar numa

cooperativa de reciclagem, Coopervida [Cooperativa de Coletores e Recicladores de Materiais Inorgânicos Nova Vida], trabalhei seis meses lá e depois eu consegui emprego de portaria, entrei como faxineiro e fiquei lá na portaria, aí foi onde eu consegui mais fácil para poder comprar material, pagar o pedreiro e tal, aqui foi rapidinho, foi que o bebê nasceu já estava feito, acho que foi uns cinco, seis meses, é só um quadrado, um cômodo.

Pesquisadora: Em que cidade você nasceu e seus pais são de qual cidade?

Multitarefas: Nasci em São Vicente, eu só nasci lá, meus pais já moravam aqui, meu pai é da Bahia e minha mãe eu não sei, eu acho que também é. A minha mãe é concursada, né. Ela trabalha de servente na escola e meu pai é autônomo, mas é motorista. Ele trabalha na mesma firma que eu trabalho. Minha mãe teve de parar os estudos, ela parou no colegial já por causa da gente. Ela cuidou da gente e começou a trabalhar há uns vinte anos, depois ela começou a fazer faxina, que eu já estava com dezessete anos, já falei para ela: Mãe, quando eu entrar no CAMP a senhora para de fazer faxina, aí, foi isso mesmo. Quando eu entrei no CAMP eu comecei a ajudar ela, resolveu estudar para terminar o colegial e nós terminamos praticamente juntos o colegial, aqui no Reverendo. Não, estudar no CAMP não tinha outro horário, só que os dois em sala diferente, aí terminamos juntos, e ela foi fazer faculdade de Pedagogia que era o sonho dela e fez. Eu sempre a ajudei no que pude em passagem, TCC [Trabalho de Conclusão de Curso]. Eu tenho orgulho dela por causa disso. Na edícula do fundo, mora eu, minha mulher e meus filhos. Aqui na casa da minha mãe mora ela e meu pai. A minha irmã casou, aí tá morando longe em outra casa hoje, até então morava meu irmã também.

Pesquisadora: Como você faz para chegar até a praia?

Multitarefas: A pé, 15 minutos, mas como eu estou acima do peso, uns 25 minutos. Aqui eu ainda tenho o privilégio de só seguir reto a minha rua e quase na reta da do Campo da Aviação, não tem segredo, a gente atravessa o viaduto 16, a pista principal, atravessa Kennedy, e segue, só seguir.

Pesquisadora: Você vai bastante à praia?

Multitarefas: Não, eu ia, mas é porque a gente mora aqui né, é porque eu já peguei a cor, mas ia muito na infância, na juventude, jogar bola. Aí mais por causa da bola, não era nem tanto para curtir a praia. Eu fui com a minha família, com os meus filhos, o meu sobrinho, e a minha mulher, curtir a praia, coisa que eu não fazia antes, porque o tempo estava comigo, está favorável e amanhã não trabalho feriado. Estava sol hoje aí aproveitei.

Pesquisadora: Você era um bom aluno?

Multitarefa: É difícil para mim, eu era tranquilo, falavam bem até, é que para eu falar de mim assim é, vai parecer mentira, mas eu falar de mim é até, mas eu sempre procurei fazer a lição, tudo porque na minha mente, assim até a quarta série, que era no Maria Nilza, eu tinha aquele negócio de bagunçar, de ficar causando na escola, né. Aí depois, quando vim para o Reverendo, eu não sei o que aconteceu, minha mente, só focou em terminar para não repetir e ter que fazer de novo. Juro, fiquei com isso na mente, eu não quero fazer de novo isso, eu quero terminar logo, eu nunca repeti. Repetia, repetia, pelo menos para mim repetia, né, não sei. Aí, eu foquei assim em fazer os trabalhos, respeitar o professor, passava ele de casa, nós fazíamos, não tinha essa de não fazer. Eu sempre fui um cara de aprender as coisas rápido, mesmo que eu esqueça depois, eu pego rápido ali, então para mim foi de boa, e eu ia todo dia.

Pesquisadora: Você pensa em fazer faculdade?

Multitarefa: Sim, fazer faculdade, igual meu pai fala: fazer uma faculdade que dê uma oportunidade de emprego ou que dê dinheiro, né (sic). Então, eu faria de Logística, seguindo esse pensamento, agora, se for um pensamento meu, eu se tivesse condições de poder fazer, eu faria de Direção de Cinema, faria de Arte. Faculdade de Logística eu sei que tem. A que eu queria era Direção de Cinema, então, Logística eu acredito que tenha.

Pesquisadora: Esse boné que você está usando é da sua marca?

Multitarefa: Esse é um apoio que eu ganhei em 2017, de um mano que é uma marca de roupa dele de São Paulo, e ele me apoiou porque na época eu estava morando em São Paulo, e eu ia nas intervenções culturais urbanas que tinha lá, né, batalha de *rap*, casas de show com *rap* e tal, e eu ia apresentar o meu trabalho, desenho em boné, um grafite que eu faço com caneta piloto, *bic*, o que eu tiver em mãos, faço ali ao vivo, e ou eu presenteio o artista principal em nome da casa de show ou entrego para o campeão da batalha, ou eu rifo, vendo, que seja, e acabou que eu encontrei esse mano que é o Giovanni e ele me apoiou, me apoia até hoje, me dá um boné, me dá uma blusa. É um apoio, mas um ajudando o outro, divulgação, né, divulgação, a gente troca divulgação. Mas, eu tenho a minha marca que criei em 2015, do nada, eu só pesquisei para ver se existia, não existe, registrei, no cartório aqui na Praia Grande no cartório de nota. Vale a ideia porque ninguém pode pegar, porque está lá tudo bonitinho.

Pesquisadora: Como você faz para registrar a marca?

Multitarefa: Um amigo que trabalhava lá, o Marcelo, ele trabalhava pelo CAMP. Na época eu fui lá na casa de nota, ele falou que eu tinha que pegar é um papelzinho que é para dar entrada no outro cartório daquele que é perto da praia que esqueci o nome dele, do Cartório, são dois na Praia Grande né, pelo menos aqui no Boqueirão, o *Shoji*, não tem dois aqui na Praia Grande, tem o de nota e o *Shoji*. Aquele que é perto da Praia é o *Shoji* e tem aquele que é o de notas perto do Itaú. Eu fui na rua do Itaú, nesse, né. Aí eu fui nesse de nota, ele me passou um papelzinho para eu levar no outro, aí eu fui lá, reconheci firma paga uma taxa lá, pouco. Você paga para poder, quero validar a ideia, que acho, se não me engano, nesse foi R\$ 60,00, depois eu volto no de notas e ele me passa tudo bonitinho no papel, tudo falando aqui a ideia e tal, é isso. Foi eu, criei na gambiarra porque estava sem computador na época, não tinha *Photoshop*, então eu criei num programa que é leve de baixar, *Photoscape*, fiz ali e um amigo meu, que é o *Spoky*, me ajudou a vetorizar. Isso eu aprendi nele mesmo, porque ele é bem simples, bem fácil mesmo. Foi assim, ele próprio tem uma interface fácil, que eu fico tranquilo. Eu busco as roupas no Brás ou na 25 de Março, o pano liso, aí trago para cá, estampo aqui, ali perto da Mirim, perto da prefeitura. Estampo numa estamperia ali, e vendo. Pela *Internet*, *Instagram* e *Facebook* e *Youtube*. Eu tenho um esquema que eu apoio, artista daqui MCs, tenho projeto que uso para promover o rap e a roupa. Aí, eu convido um *MC*, dou a roupa para ele, eu o ajudo nos panos, na divulgação, aí eu faço, dou para ele a minha parte, compro os bits, eu faço isso e solto, para divulgar a marca e o trabalho dos envolvidos.

Pesquisadora: Como você se descreveria?

Multitarefa: Aqui na Baixada Santista trabalho com *rap*, com desenho artístico, caricatura, grafite, tenho uma marca, que criei em 2015, vem resistindo ao longo dos anos, mesmo com toda dificuldade que a gente tem, não ganho dinheiro com isso, trabalho como autônomo na de ajudante no galpão, junto com meu pai, e, mano, falar de mim assim acho que eu sou muito persistente, sonho muito essas coisas, até demais, eu acho. Teimoso, eu sou teimoso bastante, então eu puxei ele. Bastante, gente, muita gente desacredita, é normal também, se for ver, mas eu tenho apoio dos meus pais e minha família, da minha esposa. Tem um motivo, uma motivação que é meus filhos e quem curtiu meu trabalho. Minha visão que eu tenho assim é pra vida, é que eu não vim pra só fazer peso na Terra, tá ligado. Tenho que fazer, tem um diferencial e alguma coisa. Meus colegas que brinca comigo: tem que fazer história, alguma coisa tem que fazer, e é isso.

Pesquisadora: Como você acha que o pessoal que mora na beira da praia vê quem mora aqui do lado da pista?

Multitarefa: A discriminação para mim é normal, além do fato da moradia, na localização, tem a questão da cor, de ser negro, então para mim já é algo normal. O que me deixa triste é só em relação a ver a molecada se perdendo para as drogas. Isso me deixa muito triste, mano. Vejo que tem muito moleque da minha geração, os moleques que a gente jogava bola, brincava e tudo e hoje ele nem está aqui. Então, isso me deixa muito triste e o crime é consequência do Governo do nosso país, então, não tem o que falar, mano. Não necessariamente, por esse motivo, mas aqui é bem mais fácil. Tipo está aqui o disposto, esse lado de cá, do lado de cá da ponte, lado morro. Está muito exposto às drogas, ao crime, tráfico de droga, não é que usou droga porque estou aqui não, mas aqui eu acordo, eu vejo, está aqui na nossa frente, assim, então, nem todos conseguem desviar. Não sei, eu acho que a arte, eu acho, pela arte, pela educação dos meus pais, hoje em dia não sei se interfere, tanto igual antigamente, porque a galera acaba entrando nesse meio, mente fraca, ocasião, o momento, acaba entrando e para sair eu sei que é difícil, eu falo por mim, assim, tive uma boa educação, mas o que me livrou foi a arte. Certeza absoluta, foi o amor por desenhar, por escrever *rap*, por gostar da cultura hip-hop, né. Depois meus filhos nasceram, então, tudo isso somou para que pensasse duas vezes. O que tem para os jovens aqui? O que eu vejo na minha visão leiga, a maioria dos talentos estão aqui, eu acho. Eu vejo porque, assim, que a gente faz porque não tem saída, tu não tem escolha, você pode fazer isso, ou nada, então a gente faz porque não tem saída, ou é ou não é, quem tem talento que nasce com talento ou que sabe fazer tal coisa, sabe fazer aquilo. Não é moda, é algo que ele acha que sabe, não, aquilo é a vida dele. Então, tem isso, tem essa parte assim, de dar o sangue pelo que faz, e também não tem oportunidade, né, mas eu acho que a gente ia ficar de lado de lá, também não tem né, não sei se tem tanto assim.

Pesquisadora: Quais são seus sonhos?

Multitarefa: Meu sonho é viver em paz, meu sonho é ter minha casa, sem morar de aluguel que isso também, se é louco (sic) morar de aluguel, é ruim quem mora sabe, então, é ter minha casa, pagar um imposto ali. Estar trabalhando, mesmo não estando trabalhando naquilo que eu goste, às vezes na área da edição, ou então, com música, porque eu não consigo mais almejar isso. Vou ser bem sincero, não consigo almejar eu trabalhando com música. Não sei, acho, é a dificuldade da vida, não consigo mais, não consigo ver eu numa turma trabalhando com edição de vídeo com um monte de cliente. Eu estando num serviço que me garanta, pelo menos se acontecer alguma coisa comigo minha família tenha direito.

Pesquisadora: Você quer continuar morando aqui?

Multitarefa: Então, aqui é pequeno e para mim eu não estou aqui, acomodado, pra mim isso é provisório, o que eu coloquei na minha mente é que aqui ficar, aqui nos fundos da minha mãe na edícula é melhor do que tá pagando aluguel. Esse dinheiro do aluguel posso juntar, é só isso, eu vivo como se eu estivesse pagando aluguel na minha mente, no meu psicológico, eu trabalho assim, estou aqui, mas não é meu, porque se eu me acomodar aqui, eu não vou ter meus pais para sempre, e depois como é que vai ser.

Pesquisadora: Como você edita seus vídeos?

Multitarefa: Eu edito meus vídeos no *Sony Vegas*, é uma televisão como monitor, porque eu tinha que comprar um *PC* bom, que tenha uma placa de vídeo descente, na época eu acho que paguei R\$ 2.000,00 no *PC*. E ele vinha sem o monitor, para não ter o gasto de ter o monitor separado, eu comprei uma TV, que já é TV e uso. É o seguinte, eu já uso o *Sony Vegas*, que já é o onze, rackeado (sic), porque nós não temos dinheiro para comprar. Eu aprendi vendo vídeo aulas, eu faço coisas simples, não sou nem um *expert*. Porque eu teria que fazer um cursinho na área, para ter mais experiência, ter equipamentos. Eu gostaria de usar equipamentos melhores, câmera, bom computador melhor. Estou sem *Internet*, eu estava desempregado, eu comecei num bico e não dava para ter essa responsabilidade, porque eu tinha outras prioridades, eu pesquisei na Vivo [empresa de telefonia] é uns R\$ 60,00 e R\$70,00, mas eu não sei, seria com *wi-fi*. A minha intenção é fazer faculdade à distância pela *Internet*, ou Logística ou Comércio Exterior, programas tipo de cara primeiro, quem o que você, depois ir para a área que eu gosto que seria mais fácil, rendável, sou burro.

Pesquisa: Qual é a sua rotina?

Multitarefa: Minha rotina começa às 6 horas, às 6h30 eu estou no ponto de ônibus, entro em um trabalho numa distribuidora em São Vicente às 7 horas, é bico, é R\$ 50,00 o dia, aí eu trabalho até meio-dia, meio-dia eu saio correndo, você viu aquela estradinha, na avenida mesmo eu pego o ônibus, vou direto para o Forte, para o bairro Forte, aqui na Praia Grande, para entrar lá meia hora, 15 minutos para às 14 horas, que é onde eu sou porteiro em um edifício. Das duas às 22 horas. Duas rotinas, eu chego em casa às 23 horas. Todo santo dia, menos sábado e domingo, que é só o prédio.

Pesquisadora: Na sua parede tem um monte de pintura, você pode me dizer o que significa?

Multitarefa: Esse aí é o logo, é a marquinha de roupa, produtora, e tudo o que eu faço de arte eu uso. E aqui [casa onde o entrevistado mora] ia ser meu estúdio, só que aí acabou virando uma mini casa. Necessidades: filho, não está fácil pagar aluguel e já que eu tenho aqui, eu achei, eu preferi dar prioridade para a minha família. Esse daí tem história. Esse aí é o Tupac, relíquia do *rap* mundial. Esse desenho eu fiz em 2013 no dia dos pais, eu fiz no Parque das Bandeiras, eu fiquei lá uma às seis desenhando. É um evento que teve, no dia dos pais, no campo de várzea, era evento de *rap*, onde o grupo ia se apresentar. Nem pensava em gravação em nada. Deixei meu filho aqui com a minha mãe e fui porque eu queria ir fazer parte do evento, só tinha um [filho], o Júnior, meu pai estava trabalhando, também na mesma correria, mas à noite eu estava em casa. É que o dia mesmo em casa, o almoço com o pai não rolou, também ele estava trabalhando, esse ano, esse ano de 2013, esse desenho tem vídeo no *Youtube*, teve bastante acesso na época nas redes sociais.

Pesquisadora: Quais são as suas redes sociais?

Multitarefa: Tem o *Instagram*, tem a página no *Face* que é o mesmo nome, isso para a roupa, né. Tem também a parte da produção. Tem o *Instagram* da marca que é [nome da marca], tem o *Youtube* também, que é, lá tem uns vídeos da galera que eu já fiz a produção ou participei de alguma forma. Tem os meus trabalhos também de desenho nos eventos, nas intervenções ou em casa mesmo e música, e os meus trabalhos específicos, meu só, tem a página e o canal no *Youtube*.

Pesquisadora: Como estão os seus negócios hoje? Alguém te ajuda a empreender?

Multitarefa: Eu chamo de irmão, nós somos amigos e considera ele pra caramba, que é o Rato, ele mora em São Paulo. Ele que auxilia eu nas roupas, ele compra lá, os panos e trás. É que agora que minha vida está fluindo, andando novamente, mas vai ter boné, *leg* eu já fiz também, mas eu tive que parar, baixar, blusa de frio, de moletom é R\$ 50, 00 que nós fazíamos copo, caneca. É com calma agora.

Pesquisadora: Como você vê a política no nosso país?

Multitarefa: Tudo, postura nossa, respeito, educação começa por tudo mundo, não é só os políticos, é um ciclo, todo mundo não é só eu cobrar, os caras (sic) são safados e roubam, sim, de fato e também não ajuda as pessoas, passam a perna na outra, queima em serviço para pegar o cargo.

Pesquisadora: Como você planeja o futuro dos seus filhos?

Multitarefa: Eu estou correndo atrás, sim, foi uma coisa que eu busquei, eu estou (sic) vendo o que eles querem, eu quero mais que eles curtam, né. Um tem três e outro tem sete anos. Eu estou mais de olho no de sete anos, para ver o que ele gosta. Não é não, como assim é cedo, tem que incentivar. Então, de vida ele gosta de desenhar, eu acho que sim, não faz essa pergunta para mim não. Não sei cara, tem que perguntar para eles, são tudo para mim. São tudo para mim, um motivo. Vou incentivar ele fazer o que gosta fazer, não importa o que seja, um motivo, coisa boa óbvio.

Apêndice C – Entrevista com a manicure

Local: Praia Grande

Data: 11/09/2018

Tempo da entrevista: 81 min 12s

Pesquisadora: Qual a sua idade e onde você mora?

Manicure: Eu tenho vinte anos, tenho um filho que tem um ano e oito meses, concluí meus estudos, mas concluí, atualmente estou morando com meu esposo e minha sogra, no Quietude, casa própria dele, é deles, a gente mora lá, mas de favor, né.

Pesquisadora: Você fica muito tempo na *Internet*?

Manicure: Demais, todo dia, eu fico sempre para ver novidades, é nessa área de manicure, eu fico bastante no insta, vendo os trabalhos de uma mulher. Eu uso o *wi-fi* de casa, aqui *wi-fi* também, a gente colocou aqui, eu não sei te dizer direito porque meu sogro que colocou, ele que paga e utilizo o meu celular para ver acessar a *Internet*.

Pesquisadora: O que você acha das redes sociais?

Manicure: Que ponto de vista mais ou menos?

Pesquisadora: Do seu ponto de vista?

Manicure: Bom. Foi bom, em relação de trabalho, conhecimentos, relação de conhecimento, até você conhecer um parente distante, dois tios do Rio de Janeiro, tios não primos da minha mãe, mas tem coisa ruim também? Muito ruim. Eu já vi, presencie bastante história de pessoas fingindo que ser o que não é, discutindo e farsando (sic) uma história.

Pesquisadora: Você sabe me dizer a diferença entre mídias sociais e redes sociais?

Manicure: Não sei te dizer a diferença. Na verdade, eu sabia, mas esqueci, estou nervosa. Nossa, eu sei não viu, naquele dia eu que eu falei a resposta, gora esqueci.

Pesquisadora: Você consegue guardar dinheiro trabalhando de manicure?

Manicure: Estou conseguindo levar, com um pouquinho que eu ganho, porque está dando, uma porque a gente tem filho pequeno, então, sempre aparece aquelas novidades, uma surpresa, mas controle. Não exatamente surpresa, em remédio, mas pensa num negócio caro.

Pesquisadora: Como você faz para divulgar na *Internet*?

Manicure: No *Facebook*, no *Instagram*, utilizando o meu celular, no *status* do *WhatsApp*, sempre divulgando, sempre mandando para as meninas. É o mesmo *Facebook* que eu uso, para o trabalho, atrapalha um pouco. Mas certas coisas eu coloco só para os meus amigos mais íntimos, outras coisas eu deixo público.

Pesquisadora: Mas para mim, você também coloca como amiga íntima?

Manicure: Claro, lógico! Igual minha foto, você vê, tem pessoas que não conseguem ver, outras pessoas veem expostos meus trabalhos, ou seja, eu quero que fulano vai ver meu trabalho, eu tipo, eu incluo. Eu não sei te dizer, mas depois vai aparecer aqui.

Pesquisadora: Como você começou nessa profissão?

Manicure: Eu vou te explicar, quatro anos, minha vó me deu R\$ 15,00 reais, naquela época era o dinheiro? Eu vim para Praia Grande, que ano que era 2000, por aí, para 2000, 2001, 2002 no máximo. Nós morávamos em São Paulo, e viemos para Praia Grande, na feirinha que tem do Ocian, a primeira loja que eu entrei foi uma perfumaria. Eu fui na perfumaria pegando alicate, já era uma coisa minha, não era uma coisa que ninguém me incentivava, era uma pessoa que eu saiba, na minha família não tem ninguém que faça unha de manicure, eu já fui pegando um monte de esmalte, a minha vó falou: Misericórdia! Com R\$ 15,00 a menina quer levar a loja toda. Sabe, querendo já monte um de coisa alicate, espátula, acetona sabe, esse negócio não deu, mas a minha avó me ajudou. Mimando, sabe como vó mima, aí minha vó olhou para mim e falou assim: nossa, para mim não, para minha tia, ela me contou essa história que no futuro ia ser manicure e esse era o que eu tinha. Não. Minha madrinha. Minha mãe tinha os esmaltes, mas que ela comprava para uso dela, tipo, uns três esmaltes. Minha madrinha tinha caixinha de esmalte madrinha. Foi assim, eu pegando, pegava escondido, tudo bom. Então. Eu pegava as coisas dela, usava na minha unha, escondia muitas vezes. Eu pegava muitas vezes para fazer minha unha, então foi nisso aí. Eu arrancava cada bife, meus dedos ficavam gigante até eu aprender, teve umas loucas (sic) que eram minha avó, minha tia que deixava fazer a unha dela, por aí eu fui fazendo, fui pegando um gosto. Voltando ao assunto, arrancando a cabeça dos meus dedos, que não foi pouco bife, não, foi muito. Nossa! Eu aprendi bastante técnica. Eu fui pegando um gosto, dinheirinho que eu pegava e comprava até, então, não tinha celular, fui ter celular com *Android*, acesso à internet com dezoito anos, três anos atrás pela minha mãe, ela me deu.

Pesquisadora: E quando você começou a aprender novas coisas pelas Internet?

Manicure: Vou falar a verdade para você, foi há uns dois anos. Eu prestava atenção no que a pessoa estava fazendo, para eu aprender, então eu sempre estava testando coisas novas na minha unha e da minha tia. Sigo uma mulher que ela é super *top*, Fabi e Fabi não sei das quantas (sic), ela é maravilhosa, em relação a cutícula, ela ensina perfeitamente você a tirar a cutícula, tipo vai descascando um limão, uma laranja com alicate sem mastigar, sabe. Muito interessante, tipo, eu me inspiro nela em certas coisas. Na verdade, ela é um curso *on-line*, só quando faço curso *on-line*, só fico vendo as *lives* dela, o que ela posta eu vou tentando, mas eu pego mais na prática do que *on-line*.

Pesquisadora: Se o governo oferecesse gratuitamente o curso *on-line*, você faria?

Manicure: Se eu me interessar, sim. É porque tipo, quando eu chegar em casa, tem meu filho, aí o meu filho vai querer minha atenção, aí eu vou desfocar totalmente do celular, do curso, eu não vou me interessar tanto. Eu preciso do certificado e é aquilo que eu te falei, eu aprendi comigo mesmo, com a minha teimosia.

Pesquisadora: Quais são as suas dificuldades, em relação a casa, trabalho, família?

Manicure: Em relação ao trabalho, família é meu orgulho, minha frieza, dificuldade é uma defesa, na verdade você usa isso como defesa, já passei altos e baixos, desde a minha infância. Vamos supor, já perdi meu pai, tipo, já vi a minha mãe sofrendo muito. Eu tenho um irmão que eu sou mais velha que meu irmão um mês parte de pai, então, você que vai crescendo no mundo.

Pesquisadora: Você tem contato com esse irmão?

Manicure: Tinha, eu perdi, mas sempre que a gente pode a gente sempre se vê, porque ele é uma pessoa maravilhosa, em relação a atenção.

Pesquisadora: Em que cidade você nasceu e seus pais são de qual cidade?

Manicure: A gente é de São Paulo, minha mãe ela é da Paraíba, eu acho que João Pessoa, mas eu nasci em São Paulo, São Bernardo do Campo.

Pesquisadora: Você costuma ir à praia?

Manicure: De vez em quando, eu gosto, de vez em quando eu vou.

Pesquisadora: É muito difícil cruzar o viaduto?

Manicure: Um pouco por causa dos carros. Ainda mais de bicicleta, mulher, é sinistro, quando ainda não tem freio da bicicleta, que é o meu caso.

Pesquisadora: E como o pessoal do lado da praia trata você?

Manicure: Em relação àqueles que ficam na praia vendendo as coisas ou aos moradores?

Pesquisadora- Em relação aos moradores?

Manicure: Eu não vi, não.

Pesquisadora: Você atende gente que mora do lado praia?

Manicure: Atendo muito nariz empinado, né, essa é a diferença.

Pesquisadora: Você gosta de ir à escola?

Manicure: Estudei no Lions, mulher, eu nunca me interessei na escola, porque eu queria só brincar, não ligava para nada, não, mulher, era atendida mesmo. Eu com quantos anos? Meus oito ou nove anos, até hoje eu ainda tenho um pouco de dificuldade. Hoje eu entendo o que é dividir na minha idade, eu não sabia o que era isso.

Pesquisadora: Mas você não usa as contas de matemática no seu trabalho?

Manicure: Uso hoje, então, por isso que eu já aprendi. Com oito anos eu fui questionar uma pessoa, minha professora Carlene, questionei ela que eu não estava conseguindo, ela apontou o dedo na minha cara falando que era uma pessoa falsa, eu com 8 anos. Então, eu me travei no mundo da Matemática, então eu disse, não quero, desde aquele dia até hoje praticamente era com cópia daqui. Eu comecei a me interessar pela matemática quando um professor maravilhoso, infelizmente esqueci o nome dele, mas ele é era um professor maravilhoso, ele estava (sic) ali comigo: Oh, Luana é e assim. Então, me esforcei, consegui aprender algumas coisas.

Pesquisadora: Você tem mágoa dessa professora?

Manicure: Não dessa professora. Porque eu não sei, eu sou muito assim espontânea, sabe. Não sei o que eu poderia falar, o olhar, só olhar quem manda, é tipo assim, eu não posso falar nada, mas meu olhar diz tudo. Eu sou assim.

Pesquisadora: Você já trabalhou em outros lugares?

Manicure: Olha, eu já trabalhei com catorze anos, deixa eu ver se eu lembro, no Habib's, na rotatória do Habib's dos Bombeiros, lá em São Bernardo do Campo, onde que morava. Olha, eu trabalhava dia de sexta, sábado e domingo para ganhar R\$ 75,00, mas uma coisa que eu gostava, eu tinha catorze anos, então para mim era novidade. Era assim, e o meu segundo foi na padaria Miami em São Bernardo do Campo. Do Habib's eu fui para padaria Miami, fiquei lá quatro meses. Gostava até de lá, conhecer aqui, porque lá é muito movimentado. Lá é muito morro, tudo você tem que pegar ônibus, para ir. Aqui não. Você pega uma bicicleta, vai ali do lado, você já está em um bairro, você já está em outro, atravessou a rua você já está em outro.

Pesquisadora: Se te oferecessem muito dinheiro para trabalhar em outro lugar. Você mudaria de cidade?

Manicure: Então, lá é bom de se morar [São Bernardo], mas é correria, mas lá, eu, é mais pique, mas não é aqui não, aqui ó, lá as pessoas começaram a abrir a loja às 7 horas da manhã, aqui é 10 horas ainda está abrindo, o centro daqui é muito estranho.

Pesquisadora: Eu vi nas redes sociais que você posta muitas coisas sobre o seu trabalho e poucas coisas da sua vida. Por quê?

Manicure: Não vai me acrescentar em nada eu ficar expondo, a pessoa vai ficar curiosa sobre a minha vida, entendeu. Então, tipo, não vai me ajudar em nada, eu posso ver você, pode ver que até foto com meu filho eu nem posto. Poucas vezes eu coloco uma foto com ele, uma frase de um bom dia, e uso mais para o meu trabalho.

Pesquisadora: Quais são seus sonhos?

Manicure: Eu já tive tantos que hoje eu não sei. Eu quero ser bem-sucedida, para dar uma vida estável para o meu filho, aquilo que eu não tive, e é isso, conseguir minhas coisas com o meu suor.

Pesquisadora: Como você esteriliza seus alicates?

Manicure: Eu pego o algodão, limpo ele com o álcool 70, aí pego, coloco como é o nome, péra um pouco, mulher, que sumiu. O álcool 70, passo, limpo ele e pego um pouco de algodão, aqueles como é o nome? O nome, papel alumínio, coloco ele para cortar o corte do alicate e coloco duas horas, uma hora e pouco para estilizar.

Pesquisadora: Se eu trouxesse meu alicate haveria algum problema?

Manicure: Excelente. Eu usaria o seu sem problema, é o que eu peço para as meninas, traz o seu, já tenho três delas que trazem.

Pesquisadora: Você podia me mostrar suas espátulas?

Manicure: Só a minha, pega aí para mim, por favor. Cuidado! Tem um alicate daqui da minha cliente que ela esqueceu. Essa daqui serve mais para desencravar, não eu sou aquele multiuso, então, tem manicure que não faz, entendeu, tipo se eu ver que o seu consegue eu vou e faço, eu vou fazer uma coisa que eu não consigo. Filha, é tudo me lascando aqui nos meus dedos, eu aprendi tudo nos meus dedos, entendeu? Essa daqui é as espátulas para empurrar a cutícula. Tem mais, está em casa na estufa. Que é para os cantinhos, tem estufa aqui e na minha casa, mas prefiro usar a minha. Vou trocando, alicate aqui é o que não falta.

Pesquisadora: Você aprendeu a esterilizar também na Internet?

Manicure: Sim, vendo em vídeos. Eu comprei uma estufa pelo Mercado Livre, se tivesse o certificado, comprava ali, mulher, comprava, eu não ia perder tempo fazendo curso, uma coisa que eu sei é uma coisa que não tem necessidade. Às vezes ele explica e bota muito medo, aí a pessoa fica com receio de fazer a unha.

Pesquisadora: Como faz quando uma cliente possui chulé?

Manicure: Também tenho bastante produto. Assim, é de tirar chulé do pé de tirar frieira, tudo que eu tenho, eu uso nelas. Mulher, eu não falo, quando eu sinto o odor, cadê a minha máscara abençoada, eu ponho e tem uma luva, mas eu não sei onde que ela está, usa máscara para evitar, joga-se esse spray maravilhoso, ele é spray refrescante para os pés com óleo de amêndoas.

Pesquisadora: E se a cliente vier de tênis ou sapato e quiser fazer a unha do pé, como você faz?

Manicure: Quando eu trabalhava no meu primeiro salão, que foi realmente quando a mulher me deu a oportunidade, quando eu descobri no que gostava de trabalhar, eu comprava aqueles chinelos descartáveis, para eles poderem utilizar, quando elas viessem- [supostas falas das clientes, segundo a manicure] “Ah, não tenho”, não, mulher, eu tenho chinelo ali, usa aquele

chinelinho ali, que é o chinelo descartável? Então, ia ter desculpa, para ela. Hoje infelizmente eu não tenho, mas conforme o tempo, eu vou adquirir ele de novo, porque o bicho é caro.

Pesquisadora: Você faz unhas na casa das clientes?

Manicure: Eu fazia bastante, eu fazia de segunda a domingo, porque eu carrego uma bolsa grande e muito esmalte, muito alicate e querendo ou não é muito peso, porque aí ela vai cortar certas partes, olha, eu vou falar a verdade, porque não é trabalho de qualidade, querendo ou não querendo, da Mirim até Quietude é uma pedalada, e muitas vezes as pessoas não valorizam, entendeu, a gente se deslocar de um lugar para ir para outro, não posso acostumar porque senão vira rotina, elas não vai querer ficar vindo aqui fazer, vai querer sempre que eu vou na casa delas, né, a verdade é essa, então, eu comecei a cortar, não dá o horário é esse.

Pesquisadora: E se alguma cliente precisar fazer as unhas de última hora?

Manicure: Então ela tinha que me avisar para mim, porque até então sábado à noite o salão vai estar fechado, o salão da Telma, então ela poderia ter avisado antes, você não avisou, vai com a unha feia mesmo, porque aí não ia ter como eu abrir o salão, não é mesmo, vai fazer milagre? Eu já fui muito besta, já fui muito bobinha.

Pesquisadora: Quanto tempo duram as unhas que você faz?

Manicure: Olha, vou te falar a verdade, elas duram de sete a quinze dias. Tem cliente que lava roupa todo dia, então não tenho como fazer milagre.

Pesquisadora: Além de ser manicure, você faz outra coisa?

Manicure: Eu vendo também Natura, Boticário, vendo lingerie e vendo prata para complementar renda em casa, não, porque isso daí eu tenho que saber para quem eu vendo porque senão vai sair do meu bolso e o prejuízo é meu. Depende da pessoa que eu vendo. Eu já fiz muito isso, hoje eu não faço mais, você perde o medo de perder amizade, entendeu, perder o cliente. Eu nem peço dinheiro, não é tudo, eu já perdi muito, muito cliente por causa disso, que acabou confundindo meu trabalho com amizade.

Pesquisadora: Lá em São Bernardo você tinha muitas clientes?

Manicure: Sim, lá o povo olha a qualidade e outra, não tinha essa, você vem na minha casa. Aqui o povo é muito preguiçoso, mulher, esse povo não quer saber de ganhar dinheiro não, 10

horas da manhã, 9 horas, eu nunca vi. A gente estava precisando tanto de uma unha postiça para comprar para pôr na minha cliente, gente, eu não consegui achar aberto 9 horas porque a loja começa a abrir 10 horas. Sim, para mim, porque eu tive que mais tarde comprar para poder pôr ela. Para tu ver como são as coisas, também aqui tem umas coisas baratas, coisas caras.

Apêndice D – Entrevista com a cantora de *rap gospel*

Local: Praia Grande

Data: 07/07/2018

Tempo da entrevista: 36 min 31 s

Pesquisadora: Você poderia falar seu nome e a sua idade e quando começou a cantar?

Cantora de *rap gospel*: Eu tenho vinte e um anos e moro no Balneário Esmeralda na Praia Grande. Quando eu comecei a cantar, uma das coisas que observei foi que o artista ele trabalha não só com a voz, mas com a imagem do meio, do estilo que eu canto. Que o *rap* que eles postavam, divulgam, lugares que eles cantariam, as pessoas que seguiam eles saberiam através do que eles divulgassem, então, se eu vou cantar, vou fazer um evento perto da minha casa e vou cantar lá, se eu não divulgar, as pessoas não vão saber que tem um evento e a forma mais fácil de divulgar é através da rede social, então, seja por uma foto com *fly*, seja por um vídeo ou só por uma mensagem tipo de uma linha, mas é uma forma que alcança geral. Já fiz curso de informática, o que para mexer ajuda bastante, então, às vezes eu queria postar uma foto e queria fazer um *fly*. Não sabia fazer um *fly* profissional, mas com base com o que aprendi no curso, no *Photoshop*, eu bolava alguma coisa e ia empurrando.

Pesquisadora: Você poderia descrever o que é um *fly*, porque muitas pessoas não sabem e podem estar vendo esse vídeo?

Cantora de *rap gospel*: Um *fly* tem uma foto do artista, ela tem as informações do evento que ele vai participar, tem a foto do artista, o horário, o local, o endereço que é o local, todas as informações para o público ficar ciente de tudo que vai acontecer. Se o evento é pago ou se não é, que horas começa normalmente, não tem que horas termina, mas pode ter. São todas as informações sobre o evento.

Pesquisadora: Como faz para acessar a Internet?

Cantora de *rap gospel*: Pelo celular. Antigamente, né, já faz um tempo, eu fazia pelo *notebook* mesmo, mas agora como estou sem *notebook* e sem celular, eu faço pelo celular do meu noivo. É 3G o dele. Olha a Internet dele, ele trocou, é pela Nextel, mas é aquilo, você pagou a conta, você vai usar uma boa *Internet*. Isso é um grande problema porque recentemente eu fiquei sem celular e para mim quanto mais eu divulgo o meu trabalho, quanto mais eu posto, é passar em frente um bar e aí tem bastante gente, uma lanchonete tem

bastante gente, eu vou saber que aquele lanche é gostoso, porque senão não teria tanta gente lá, se eu passar em frente uma lanchonete e provavelmente não tem ninguém lá, porque as pessoas não gostam de lanche de lá, então, eu vejo que na *Internet* é a mesma coisa, quanto mais falta, eu postando os eventos para as pessoas ver, que você está ativa, então, elas querem mais de você, quanto mais você eu postava muito, que eu ia viajar em vários lugares, então, fui para Curitiba, pra Minas e quanto mais eu posto vários lugares mais as pessoas querem, as pessoas que menos postam que estão ativas são as que menos são chamadas. Então aquele ditado: 'quem não é visto não é lembrado', então, eu fiquei quase um ano sem celular, só usando da minha mãe ou do meu noivo, então eu notei como caiu, porque, tipo, todo final de semana eu tinha convite pra cantar em algum lugar, porque eu ia cantar nesse lugar, então filmava, tirava vídeo curto, e aí divulgava, e esse tempo que eu fiquei sem celular, então, às vezes eu ia para o evento, mas não tinha como tirar uma foto, divulgar, para mostrar para as pessoas que eu estava lá e até mesmo para convidar as pessoas para estar, e eu vi que caiu um pouco o número dos convites, devido a isso.

Pesquisadora: Quem faz toda parte cobertura para você, como foto e filmagens dos shows?

Cantora de rap gospel: Normalmente sempre tem alguém que me acompanha, no começo da minha carreira eu cantava em grupo, então sempre tinha a esposa de alguém para filmar e depois comecei a cantar em dupla e sempre tinha alguém para filmar, aí depois era meu assessor e empresário, então toda vez que eu ia cantar em algum lugar, ele tirava foto e filmava, então eu sair da banca (sic) e hoje eu estou, como vou casar e meu noivo é o assessor e responsável pelo meu trabalho, então, como ele é fotógrafo, então, ele que faz registros, ele que normalmente quando eu quero que faça um vídeo, ele filma. E, aí fica a parte de me ajudar a divulgar. Então, quando são fotos, só fotos sem *fly*, ele digita, porque a minha edição é ruim, então, como ele tá fazendo o curso, ele digita foto bonitinho. E aí, quando eu não quero postar, estou sem cabeça, alguma coisa assim né, aí ele pega e eu falo para ele: - Rafa, solta lá com alguma coisa. Mas, na maioria das vezes ele edita foto e eu vou e posto, quando é *fly* que vai, que já vem tudo escrito, aí ele solta. Quando é vídeo, ele solta uma vez só, eu acho, ele sempre manda para mim, aí eu coloco uma descrição, sentimento que foi cantar naquele lugar, agradeço o convite.

Pesquisadora: Na hora de escrever seus textos você sente alguma dificuldade?

Cantora de rap gospel: Eu estive refletindo, hoje em dia, eu ia muito para a escola e não tinha uma orientação do quanto a escola era importante, para mim a escola era só uma

obrigação. Na escola, eu não ficava, nem no fundo, nem na ponta, ficava no meio, fazia o que eu tinha que fazer e ponto. Tinha matérias que tirava mais, tinha matéria que eu tirava menos, tinha matérias que eu nem me interessava, para mim tanto faz, tanto fez, eu passava com vermelho e ia embora, para mim era só uma obrigação importante passar no estudo. Mas se eu tivesse entendido a importância do estudo, eu tinha aproveitado muito mais. Eu não culpo só a escola, e também eu não culpo a minha mãe, a família, mas eu acho que é orientação da família do quanto a escola não é uma obrigação, mas é uma importância que vai fazer a diferença. Não gosto de Matemática, não gosto de Português, mas hoje eu componho minhas músicas, então, eu vou compor minhas músicas, então, eu tenho que passar pelo Google ou dar uma olhada para ver se eu escrever alguma coisa errada. Por quê? Porque eu só ia como obrigação, então, acho que eu poderia ter desfrutado mais, se eu tivesse entendido isso antes.

Pesquisadora: Você pede para alguém olhar as suas postagens antes? Você já postou alguma coisa com erro de português?

Cantora de rap gospel: Eu já postei muitas coisas erradas, aí o meu noivo ele sempre, ele falou para mim ontem: ‘Antes de você postar, ler duas, lê três, o que você não souber de palavra você troca por uma palavra, que você sabe como escreve correto’. Eu sou apressada, isso é uma coisa que atrapalha muito, mas ele sempre dá uma olhada. Olha, é muito padronizado, porque tem a estética que conta muito, né, então, se eu me produzo toda, vou tirar uma foto que agrade, que esteja no perfil das pessoas que gostam, eu vou ter mais acesso agora, se eu postar, eu gosto de estar sentada no chão, com uma roupa qualquer e não é algo agradável que os olhos das pessoas vai atrair. A rede social não é aquilo que você quer, é aquilo que as pessoas querem ver e se você faz aquilo que você quer, se você quer ser você. Você pode até alcançar um público, mas é um caminho mais difícil, o mais fácil para você fazer aquilo que as pessoas querem ver.

Pesquisadora: Quais são os seus canais de divulgação?

Cantora de rap gospel: Eu uso *Facebook*, *Instagram* e *YouTube*. Ah, o *Facebook*, o *YouTube* é muito difícil de conseguir, porque as pessoas eu acho que consome mais dados, é só quem está *wi-fi* aí no *YouTube*. E no *Instagram* também, no *Instagram* mais foto, no *Facebook* não, se eu não tiver uma foto, um vídeo para postar, eu vou buscar só um texto e vai alcançar da mesma forma. Tem uma diferença da página, para o seu perfil, porque a página as pessoas vão lá para olhar e elas têm como você ver o seu alcance de pessoas, às vezes eu coloco uma foto

e eu vou olhar, deu três mil o alcance de pessoas, e têm cinco curtidas, as pessoas elas vão lá, elas vêm, mas elas não mostram que estão lá. Se for algo tipo assim, eu sempre procuro ser eu por isso, que eu tenho trilhado esse caminho, independente da dificuldade eu escolhi ser eu, porque quando se é você, você alcança um lugar, você não sai mais de lá e, quando você é aquilo que os outros quer, é como *hit*, ele vem hoje e amanhã ele já some e, tipo eu não quero ser *hit*, então, prefiro tá na batalha mesmo, e eu falo bastante.

Pesquisadora: Você sente muito preconceito por cantora de *rap*?

Cantora de *rap gospel*: Então, o *rap*, digamos que hoje em dia o *rap* está na moda, mas ainda tem um grande preconceito, principalmente por eu cantar *rap* cristão, então, o meu objetivo é falar de Jesus nas minhas músicas, eu não quero fugir disso, se não for para falar de Jesus, eu prefiro não cantar. Já me chamaram: ah, você faz um show aqui, vou te pagar e só que vou eu falar o que você vai cantar. Não, para mim só vale se for de Jesus, porque se eu canto hoje é por causa de Jesus, então, tudo que eu faço é dele, por ele e para ele e tem esse preconceito não só pelo *rap*, mas pela mensagem. Por exemplo, uma casa de show que quer que o público consuma bebida para ganhar dinheiro, eles não vão me chamar, eles vão querer alguém que fale de zueira (sic), de bebida, e eu vou lá entre aspas para dar um sermão e não para falar não, aquilo que as pessoas querem ouvir, mas aquilo que elas precisam, não só elas, mas a mim também. Em questão de ser mulher, tem dois fatores: o jovem, porque eu só tenho vinte e um anos, e tem o de ser mulher, porque o público *rap* na maioria são homens e eu já sofri preconceito, penso que o preconceito é algo se você se permitir, se eu não me permitir, eu não sofro preconceito, a pessoa pode falar o que for, eu já me deixei atingir muito, e hoje em dia eu venho trabalhando e aprendi até muito com meu noivo sobre isso, sobre não se deixar atingir pelo que as pessoas falam, você aceita se você quiser. É andar com dois saquinhos, um aberto e um furado, o que for bom você guarda, o que não presta, joga fora. Cinco anos, mas, há três anos que eu comecei a pegar firme, que foi quando eu comecei a cantar sozinha, eu montei a minha página e aí eu peguei foto de alguns eventos que eu já tinha e aí eu postei na página, sozinha, as minhas primeiras fotos eram um desastre, ainda tenho umas fotos que não são muito boas.

Pesquisadora: Sua condição de vida mudou depois que você começou a fazer a divulgação de seu trabalho nas redes sociais?

Cantora de *rap gospel*: A minha condição de vida continua a mesma, se eu for ver então mentalmente e interiormente, para mim é algo muito bom, porque eu não tenho condição de

viajar o Brasil. Eu não tinha condições nem de sair da Praia Grande, mas através da música e da rede social eu viajei para vários lugares, eu viajei para Minas, eu viajei para o Paraná-Curitiba, Goiás eu viajei para vários lugares do Brasil, e tudo através da rede social, eu postava minhas fotos lá [Facebook], aí como eu coloco o *rap* cristão, então o pessoal acaba chegando de alguma forma, né? E aí o pessoal manda mensagem para mim na minha página: Você canta! Canto. Aí eu mando os trabalhos que eu tenho no *YouTube*, se a pessoa quer saber mais, aí eu falo, eu tenho no *YouTube* e *Instagram*, aí a pessoa vai procurar um pouco mais sobre o trabalho no *YouTube*, que é mais vídeo, e no *Instagram* que é foto, e no *Facebook* é só para mostrar as páginas.

Pesquisadora: Como você faz para se manter financeiramente?

Cantora de *rap gospel*: No começo eu não pedia nada, eu tirava tudo do bolso, até hoje eu tenho uma grande dificuldade, porque ninguém quer pagar por artista que você não conhece ou por um artista que não é famoso. Eu tirava do meu bolso e já fui para lugares longes de tirar do meu bolso, só que eu quero hoje em dia viver só disso e ainda tem muitas pessoas que: ‘Ah, pô, você canta de Deus’. Tem um grande debate no meio do pessoal cristão, que falam que tem que evangelizar, então, você não pode, enfim, é uma mistura muito louca, assim, para resumir é difícil, mas, enfim, eu quero viver do meu sonho, então não dá para eu ficar tirando do meu bolso, para viajar para outro lado, então, hoje, em dia o que eu peço é minha passagem ida e volta se eu tiver que ficar no lugar, porque às vezes tem que viajar esse três dias, uma semana, eu peço um lugar para ficar, alimentação, e quando me perguntam quanto eu cobro, aí eu avalio, se for a pessoa querendo que eu faça show em casa fechada eu vou cobrar bilheteria, eu vou querer uma parte da bilheteria, porque eu vou cantar e vou dar dinheiro para o outro, mas se for, sei lá, no evento público, eu não vou cobrar, vou pedir minha passagem e vou dizer: se você quiser me abençoar com o valor, seja bem-vindo, se não quiser, pra mim só o fato de ter oportunidade de ir até o local, de ir até outras pessoas e falar de Jesus, que é a coisa mais preciosa, para mim o dia valeu.

Pesquisadora: Você trabalha com outras coisas ou está empregada?

Cantora de *rap gospel*: Não, eu estou há um ano desempregada, eu trabalhava numa loja de roupa e era uma menina, né. Então, eu vou fazer tudo, desde atender a limpeza, mas pra mim ficou muito apertado, porque era uma época que eu estava recebendo muito convite para viajar, então, toda hora o dia está pedindo para ela me liberar isso é horrível, porque patrão é

alguém que vai tá lá sempre, e eu falo, eu abro mão de tudo, porque o meu sonho é uma coisa que eu não vou desistir, então, esse não é o primeiro, já é o terceiro emprego no qual eu saio por conta da música, e eu não me arrependo, porque Deus, ele tem suprido todas as minhas necessidades.

Pesquisadora: Você conhece outras pessoas que aprenderam algum serviço pela *Internet*?

Cantora de rap gospel: Olha, eu conheci recentemente um menino que ele é até amigo do meu noivo, eu acho que é ele é DJ e mora aqui na Praia Grande, mas eu não sei direito o lugar onde ele mora, e eu sei que o curso que ele está fazendo de *BitMaker*, que é o pessoal que faz instrumental do *rap*, né, faz a batida e tudo, que ele aprendeu, eu sei que ele está fazendo um curso *online* gratuito pela *Internet*. O mais recente que eu ouvi é que ele está estudando ou está aprendendo pela *Internet*. Tem o [nome do amigo] e o [nome do noivo], é o mesmo que de vez em quando pesquisa algumas coisas na *Internet*.

Pesquisadora: Qual sua visão sobre a *Internet*?

Cantora de rap gospel: É um mundo sem dono. A falta de respeito ela impera na *Internet*. É um lugar onde todo mundo chega, faz o que quer, não tem limite. Tem e não tem, né. Um exemplo de é de uma amiga, ela tem filhos e são pequenos, e ela tinha um projeto sobre a importância de a mãe amamentar a criança. E aí a menininha dela, acho que não tem mais de dois anos, mamava no peito ainda. Só que ela fazia tudo pelo *Facebook* mesmo, e aí ela convida uma fotógrafa e ela fazia sessão de fotos com as mães, então, havia várias mães que eram amigas delas e elas iam na praia ou em algum lugar bonito, no jardim, sentavam e colocava o seio para fora e amamentavam as crianças como algo natural, como toda mãe que vai amamentar o seu filho, e ela passou a ser perseguida na rede social, tudo o que ela postava vinha um cara e colocava comentários agressivos contra ela, de abuso e falta de respeito. Não deu em nada, diz que não é o primeiro que, ela não é a primeira mulher perseguida e diz que ela procurou saber todas as mulheres que esse cara entra no *Facebook* e ele fica perseguindo, e ele desmonta o perfil dele e ele monta o perfil novo e começa tudo novo: a perseguição. Eu sei que se você for pela lei, pela justiça, tem como punir essas pessoas, mas é um processo muito demorado, então, é tipo, você na delegacia agora, fazer um boletim de ocorrência, vai ficar lá esperando muito tempo, para conseguir fazer um boletim de ocorrência.

Pesquisadora: Com quem você mora, onde você e seus pais nasceram?

Cantora de rap gospel: Nós somos em cinco irmãos, eu sou a única mulher, tenho quatro irmão homem, eu e o mais velho, somos do meu pai e os outros três do padrasto, depois que minha mãe terminou, o relacionamento, ele continua indo visitar os filhos e conseqüentemente continuo chamando ele de pai. O meu pai é de. Até vergonha isso, São Vicente os dois. Eu não sei, é uma vergonha isso. É, não sei, é até uma vergonha isso no cartório, eles perguntam.

Pesquisadora: Como foi a sua infância?

Cantora de rap gospel: Grande parte da sua infância foi com ele (padrasto), porque eu tive um período de cinco anos sem falar com meu pai, tipo, não entender toda situação, mas foi um período grande. Quando eu voltei a falar com ele, eu já estava maior e assim, quando era menor e ele ia buscar nos visitar, buscava a gente, mas não chegava a ficar muito, sabe, era como se fosse um estranho. Aí depois que eu cresci, eu fui entender a situação toda.

Pesquisadora: Você gosta de ir à praia, qual o trajeto que você faz?

Cantora de rap gospel: Agora, depois do noivo, ele gosta muito de praia, e sei que ele mora perto, ele mora aqui. Eu tenho um trajeto ainda. Olha, eu vou te falar, na verdade era a distância, agora já não, porque eu venho do outro lado do Esmeralda, até para cá, até a Mirim andando, e para mim é tranquilo, só com fone de ouvido, e eu já acostumei fazer esse trajeto, mas antes parecia que era uma eternidade chegar até a praia. Tinha que atravessar passarela, não tinha duas opções, ou a molecada pulava a mureta, quando estava sozinha, quando estava com os pais tinha que atravessar a passarela. Eu acho que na verdade a preguiça, não é a questão da passarela, eu acho que tudo é questão de entender, como eu falei para você da escola, a importância da escola, então, quando eu comecei a entender que caminhar faz bem, que é bom para mim, deixou de ser cansativo tem que atravessar a passarela, uns 45 minutos. Quando eu entendi a importância de caminhar, a distância deixou de ser desculpa para não ir até a praia. Atravessar a pista digamos, que tem risco, porque é marginal, principal ali, então passa muito carro na expressa, não sei ali, mas são duas, tem perigo.

Pesquisadora: Como você acha que o pessoal que mora na beira da praia vê quem mora aqui do lado da pista?

Cantora de rap gospel: Certeza, quando o pessoal fala favela, quebrada, acha que é só o lugar onde tem bandido, marginal, e gente que não presta. Olha, eu não sei se é considerado

que é favela, o Esmeralda, porque como já viajei para outros lugares, eu já vi lugares, digamos, assim, em menos condições que o lugar onde eu habito. Eu acho que hoje em dia onde eu moro é um lugar bonito, é um lugar onde passa até ônibus. Favela pra mim é um lugar muito precário e não foi tudo, há muito tempo atrás, eu sei que o pessoal tomou, os terrenos, na época da minha bisavó, para minha avó, foi dividindo conforme o pessoal foi entrando, eles foram legalizando, conseguiram legalizar para morar muito tempo, para construir casa, o terreno onde eu moro é um terreno de três casas, na verdade quatro, que tem um centro da minha avó e era um terreno que pegava de ponta-a-ponta, de uma rua a outra rua, tanto que tinha que dividir, na metade, e a minha avó passou parte do terreno para outra pessoa conhecida. É, se for ver pelo certo, são quatro casas em um terreno. Quando eu entro na minha casa, tem um corredor, o centro da minha vó, entro no corredor, a primeira casa que eu vejo na frente é a casa da minha tia, eu continuando um pouquinho, tem a minha casa dos fundos, no mesmo terreno, tem como dividido a minha casa do lado de cá, com o terreno da minha vó, aí tem um outro lado que é a casa do meu tio, foi onde ele construiu, ele fez o dele, independente, sem quintal.

Pesquisadora: Quais são seus sonhos?

Cantora de *rap gospel*: Hoje em dia eu posso dizer que o que eu mais desejei eu tive quando fiz vinte anos, eu sempre quis ter um quarto só para mim, porque eu era a única mulher no meio de quatro homens e eu sempre fui muito organizadinha (sic) com as minhas coisas, sabe. Não toca, não bagunça e eles eram muito bagunceiros. E o meu sonho era ter um quarto só para mim, eu chorava e orava e pedia para Deus, escrevia cartinha para mandar para um grupo, para não sei quem, para realizar o sonho. E, minha mãe foi aos pouquinhos, eu comecei dividindo quart

o da minha mãe, né, quando fui ficando mais moça minha mãe enfiou um guarda-roupa, metade do quarto é meu, metade do quarto dela, ela não tinha mais ninguém. Depois, a minha mãe se relacionou com um rapaz e ficou três anos com ele, eu já não dividia quarto. Hoje ela está sozinha e minha mãe começou a conseguir terminar a reforma da casa, hoje, na minha casa são três quartos, dois banheiros, sala, cozinha, mas ainda está na reforma, ainda colocando piso. Agora vou continuar dividindo um quarto, minha mãe falou, você queria tanto um quarto e agora vai dividir um quarto, mas agora vai ser diferente, mas eu tive assim a realização, que era meu sonho quer era ter um quarto.

Pesquisadora: Onde você vai morar tem mais de um quarto?

Cantora de rap gospel: Não. Nós vamos morar por enquanto com a mãe dele, no Canto do Forte são dois quartos. O quarto da mãe dele e o nosso quarto.

Pesquisadora: Você pretende ter filhos?

Cantora de rap gospel: Eu acho que família é o bem mais precioso de Deus, eu acho uns dos principais motivos de Deus dar vida ao ser humano, é para formar família e adorá-lo. Certeza, então eu vi do meu noivo que ele quer ter cinco filhos, mas quantos Deus mandar e abençoar vou estar feliz. Eu trabalhei desde meus doze anos, eu comecei fazendo faxina. Eu lembro até hoje e eu fico porquê, que eu me permiti isso, ou eu não sei, sabe, mas com doze anos a primeira faxina que eu fiz foi na casa de uma das minhas vizinhas e, para limpar a casa toda, então, desde lavar privada, banheiro e tira pó de tudo, tudo mesmo, e eu ganhei R\$ 30,00 para mim e estava feliz, por trabalhar e ter meu dinheiro.

Pesquisadora: Você já trabalhou em outros lugares?

Cantora de rap gospel: Sim. Eu limpava. Eu ajudava a minha mãe em casa, por ser a única mulher, se acaba desde pequeno de trabalhar, então, tinha que ajudar, meu irmão mais velho, que vai fazer vinte e três, tenho vinte e um, tem o de vinte, tem o de quinze e um de doze. Você aprende de pequenininha. Eu já fiz faxina, só que é uma coisa que sempre foi muito pesado para mim. Eu cuidei de criança que foi uma das coisas que eu sempre gostei, e para mim não tinha problema nenhum, às vezes eu ficava com criança na casa da pessoa, às vezes eu ficava com criança na minha casa, seja só buscar na creche, mas como eu sempre gostei de criança e já tinha facilidade para ficar com os meus irmãos, para mim foi uma coisa tranquila e ganhava um dinheirinho, roupa, comprava sapato, comprava creme de cabelo, sempre coisas para mim que eu tentava poupar minha de ter que comprar.

Apêndice E – Entrevista com a *designer* de sobrancelhas e maquiadora**Local:** Praia Grande**Data:** 04/09/2018 e 11/09/2018**Tempo da entrevista:** 50 min e 12 s**Pesquisadora:** Como você começou a profissão de maquiadora e designer de sobrancelha?

Designer: Foi num piscar de olhos, foi de um dia para o outro, porque eu nunca pensei em ser maquiadora, muito menos designer de sobrancelha, foi uma oportunidade difícil, né, porque eu tinha recentemente escolhido essa profissão, eu tinha perdido a minha mãe, então, mas foi um negócio do dia para o outro mesmo, minha mãe materna que se fala, né, então minha mãe materna me deu essa sugestão, meu namorado também me ajudou muito no apoio, e a minha avó que eu sempre morei com minha avó, mas minha mãe sempre foi presente na minha vida. Terezinha.

Pesquisadora: Você poderia explicar mais como tudo começou e onde você aprendeu?

Designer: Bom, consegui começar essa profissão de *designer* de sobrancelha com apenas, cem reais, comprei todas as minhas coisas, das minhas coisas. Fiz a minha primeira sobrancelha sozinha, sozinha não, assim, eu comecei a fazer a maquiagem antes, mas não a trabalho. Eu fazia para ganhar, ah, vinte, trinta reais, entendeu, mas era o que eu gostava, via muito no *YouTube*, o *YouTube* exatamente. Boca Rosa, Camila Coelho, um monte, ah, é porque eu esqueço, muito nome.

Pesquisadora: Você gostava de desenhar?

Designer: Exatamente, aos 13 anos por aí eu me pintada, eu mesma que me lembre né, já fazia a maquiagem em mim, só que minha irmã, com 12 anos, também sabe maquiar e gosta. Ela ama, ela ama fazer maquiagem, creio que ela vai ser uma profissional igual mim, ela tem 11 anos, o dela foi instantâneo, vendo eu maquiar, às vezes eu maquie-o, eu ensino para ela o que eu sei, é simples assim. É coisa de Deus, quando é dom de Deus Amo, eu comecei no desenho na escola, eu sou aquela menina, o povo: Desenha para mim.

Pesquisadora: Os professores te ajudaram a desenhar?

Designer: Não. Na minha idade que eu tinha eu já era muito boa em desenho, entendeu, amava desenhar e isso tem tudo a ver, desenho-maquagem, porque eu sou muito detalhista, eu gosto de coisas bem-feitas, entendeu, isso que me aprimoro muito.

Pesquisadora: Como vocês assistiam esses vídeos? Era no celular, era no computador?

Designer: Sempre foi pelo celular, e assim eu ficava 24 horas no *YouTube*, era direto. Nada, era uma benção, não eu digo assim, 24 horas, assim eu ficava muito tempo, eu parava para mexer no celular, ficava no *YouTube* umas 4 horas, direto. Banda larga, isso, exatamente e, assim esqueci o que eu ia falar, é um corretivo para olheiras, para clarear... Não, não tinha computador, só o celular mesmo, sempre tive celular.

Pesquisadora: O que você acha das redes sociais?

Designer: Mulher, se não fosse as redes sociais na minha vida eu não seria nada, porque o meu trabalho, 70%, além de ser bom e bem feito, a *Internet* que me ajuda a divulgar ele, entendeu? Onde que você me conheceu minha cliente, na *Internet*. Como assim mulher, não, beleza. Sim, quanto que você está cobrando hoje em setembro, está R\$ 80,00 com cílios e R\$ 60,00 sem cílios, eu não sei se eu vou, eu acho que eu vou começar já em outubro, porque assim hoje eu fui em São Vicente, fui na *Akai* [loja de cosméticos] comprar uns produtos novos, renovar o meu trabalho, que sempre tem que ficar renovando, usando produtos novos, mas de qualidade, e pode falar o preço de quanto eu gastei nas minhas maquiagens tudo, R\$ 1000,00 não comprei nada.

Pesquisadora: Como você conseguiu esse dinheiro?

Designer : Trabalhando, só maquiagem, sobancelha.

Pesquisadora: Você pagou à vista ou dividiu esses R\$ 1000,00?

Designer: À vista. Um trocinho (sic) desse aqui, um *sprayzinho*, não sei, pra tu vê, eu estou há dois anos, não, um ano, quase dois anos que eu estou nessa carreira de maquiagem, faz eu acho, um ano que eu trabalho de maquiagem, mas foi o primeiro negócio. Foi o primeiro, foi a primeira marca internacional, sem ser Paraguai, que eu comprei, é original, gente, não é réplica, comprova as réplicas da Catherine Rios, não sei quem é, mas ela é muito famosa no mundo todo. Uso muito os produtos da *Vult*, aqui está, uso muitos produtos da *Vult*, da *Mary Kay*, da *Macrilan*, às vezes da *Tracta*, só de qualidade, mulher. Cada base é de R\$32,00 a R\$

60,00 então, é fogo. É porque é mais acessível também. Estou cobrando R\$ 15,00, normalmente lá fora é mais caro, uns R\$ 35,00.

Pesquisadora: Outro dia você postou que ganhava R\$ 150, 00 de pensão e por isso cobrava barato, para ajudar a sua família, e recebeu muitas críticas na Internet. Você poderia falar um pouco sobre isso?

Designer: Da mãe da minha avó paterna, a minha avó. Exatamente, a minha avó que eu morava, era parte de mãe da minha avó e parte de pai, porque meu pai faleceu há uns oito anos e minha vó tem condição, entendeu, de me dar um dinheiro, se ela não tivesse, eu não cobrava nada, mas ela tem. Aí tipo assim, como eu nunca tive pensão de um pai. Essas coisas eu creio que meu pai também tem direito de alguma coisa dela. Ela dava R\$ 150,00 por mês, entendeu, mas hoje em dia não me dá. É, teve um tempo, sim.

Pesquisadora: E sobre as críticas, como você lidou com elas?

Designer: Não estou nem aí, porque assim, não adianta eu fazer um negócio caro, e não vim cliente, outra necessidade, está, os meus produtos são caros, produção é de alta qualidade, mas, assim, uma sobancelha, desvalorizando quem cobra mais que R\$ 30,00 a sobancelha de *henna*, mas eu tipo assim, muitas das vezes eu faço promoção sim, de R\$ 10,00, entendeu? É mais para chamar mais cliente.

Pesquisadora: Você chega a lucrar cobrando esse valor?

Designer: Sim, muito.

Pesquisadora: Acha que a escola te ajudou em algum aspecto no seu negócio?

Designer: Cliente.

Pesquisadora: Você gosta de estudar?

Designer: Ah, eu não gosto ...Ah, esse daí eu aprendi no quinto ano, é porque assim, eu tô no terceiro ano e tá sendo muito difícil, misericórdia, dá vontade de pular essa série, mas eu estou no último ano, não vou estudar mais, graças a Deus, não pretendo fazer faculdade. Porque eu não gosto de estudar, e quem não gosta de estudar não faz faculdade.

Pesquisadora: Você é da turma da bagunça?

Designer: Tipo assim, eu respeito, eu sou da bagunça, mas eu respeito os professores, tipo assim, silêncio. Eu vou ficar em silêncio, entendeu, porque eu imagino que os professores têm idade de ser meu pai, não que eu tenha tanta consideração, porque eu não sei o que é sentir amor de pai, porque eu tenho meu padrasto, meu padrasto é benção, mas tipo assim, trato as pessoas como se fosse da minha família porque eu jamais queria que... tem gente que xinga os professores, sabe. Ah, é um negócio bem triste e eu evito, não quero, não gosto.

Pesquisadora: Como acha que o pessoal chama quem mora do outro lado da pista?

Designer: Favelados.

Pesquisadora: E por que você não seguiu outras carreiras?

Designer: Como traficante de drogas? Bom, porque não, não que eu fosse *psíca* (sic), né, se eu não seguir esse rumo, mas assim, há três anos atrás eu aceitei Jesus, então, isso mudou, querendo ou não, minha vida. E eu creio que o meu propósito é desde quando eu estava na barriga da minha mãe, porque minha mãe nunca permitiu, mesmo ela sendo do mundo, não, tipo assim, você usar droga, entendeu, de se prostitui, minha mãe só não era da igreja, nunca foi da igreja, e até hoje não é. Me prendia muito, entendeu, muita das vezes você não entende, mas infelizmente com 14 e 15 anos e já tem vontade de sair para ir para baile *funk*, entendeu? Experimentar outras coisas, eu não tive essa oportunidade e, eu não entendia, e eu hoje entendo o porquê. Agora, eu estou, apesar de ser, eu sou doidinha, sim, sim gente, eu sou da Igreja Evangélica, não gosto de *funk*, não bebo, não fumo, não falo palavrão, olha que coisa linda, né. E, eu sou feliz assim, não tenho vontade de voltar para o mundo nada, porque sempre Deus corresponde que está comigo, e se estou com Deus, né. Mas vou querer mais o quê? Então, por isso eu não segui a sua vida, entendeu? Por isso eu sou esforçada, essas coisas que Deus é comigo, então, quando Deus é com a pessoa, a pessoa muda não, é verdade, é verdade sim.

Pesquisadora: Antes você atendia em outro lugar. Você poderia me descrever o local antigo?

Designer: Faz tanto tempo! Você é minha cliente, faz tempo. Eu sempre gostava, eu até hoje gosto, quando eu for inventar de fazer algo, eu gosto de coisa bem-feita. Mas nós sempre começamos no ponto certo, mas assim, minha avó tinha me deixado um dinheiro que deu para comprar minha penteadeira, nisso que eu comprei minha penteadeira eu... Exatamente o que eu fiz, eu já comprei minha penteadeira, que era do meu sonho, tinha um pouquinho de maquiagem e comprei um pouquinho de maquiagem também.

Pesquisadora: Me descreve como era a cadeira que você atendia pela *Internet*?

Designer: Minha cadeira era uma cadeira de balanço que eu trabalhava nela, doía muito minhas costas e assim... Graças a *Dios*, eu consegui uma cadeira de salão por R\$ 100,00. Onde você encontra uma cadeira de salão por R\$ 100,00? Eu consegui uma cadeira na feira do rolo.

Pesquisadora: Depois que você começou a fazer sobancelha e maquiagem e sua vida mudou?

Designer: Sim. Agora eu tenho meu dinheiro, não preciso esperar todo mês, para comer um bolo, uma coxinha, R\$150,00, entendeu? Não preciso, se eu tiver com vontade de comer uma coxinha, eu vou lá e compro sem pedir para ninguém, entendeu? Antes eu tinha que pedir e talvez não tinha, entendeu? Porque era só eu e minha mãe, minha avó era de aposentadoria, minha mãe comprava muitas coisas para mim, roupa um monte de coisa, minha mãe sempre fez de tudo por mim e não sobrava dinheiro para o bolo aí... é um negócio doido, mulher.

Pesquisadora: O que você conseguiu comprar? Algo que desejava muito? Depois, que você comprou, quando começou a fazer esse trabalho?

Designer: Eu queria um *Iphone*. Um *Iphone*, para tirar foto, mostrar a maçãzinha (sic) ai meu Deus, não tem problema, irmãzinha, aqui, olha que luxo, olá, misericórdia. Comprei, foi à vista, mulher. Tive que ajuntar (sic) dinheiro, tim-tim por tim-tim (sic), para conseguir.

Pesquisadora: Você é boa administradora?

Designer: Quando eu quero mulher, sim, e como funciona: quem quer ajuntar, ajunta (sic). Entendeu? Tem que fechar a boca, não tem que comprar bolinho, entendeu? E olha, aí foi o melhor investimento, porque era meu sonho, então, não me arrependi. Estou feliz com meu *Iphone*. Foi uma cliente que comprou, ela comprou fora do país, entendeu? Então, foi bem mais em conta do que daqui ela comprou no Paraguai lá é um produto original.

Pesquisadora: Por que você resolveu sair da sua casa e vir trabalhar no salão?

Designer: Porque queria montar um salão. Certo? Eu fiquei eu vou fazer aquilo, aquilo assado, sabe aí o que acontece? Nossos propósitos não são somente nossos, eu aprendi isso, nossos propósitos primeiros passa por uma mão de um juiz e o propósito que eu queria, o quê que eu queria, Deus não queria, entendeu? Então, o que que acontece? Não deu certo. Mas no

dia seguinte Deus mostrou que, o que eu queria não era melhor, Ele mostrou que o que Ele queria seria melhor do que eu queria. Eu queria montar um salão sozinha, não sozinha, chamar umas amigas, entendeu? Mas o que acontece... não deu certo. A filha da minha patroa me chamou, ela já tinha me chamado faz tempo, mas eu não dei nem bola. Não, aí ela chamou de novo. E o que que eu faço da minha vida? Deixa-me ver o que que eu faço da minha vida? Aí a mulher me chamou: Vem trabalhar com a gente, venha, você não precisa pagar nada. Como assim? Não, mas na outra vez ela falou que não precisava pagar nada, mas eu não queria, mas para tu vê, tudo no tempo de Deus, entendeu? Ela foi lá, me chamou novamente, e eu falei com a minha mãe, então aí ela: Olha, vá. Porque estava acontecendo certas coisas, como eu trabalhava em um quintal, não era somente meu. Não era somente meu e estava incomodando as pessoas lá.

Pesquisadora: Por que entravam muitas pessoas desconhecidas?

Designer: É, exatamente, entrava muita gente, desconhecido, aí, e por fim, como não, mulher é coisa de Deus, né funciona desse jeito, um negócio perfeito. Ela foi uma abençoada na minha vida. Ela chegou: “tu queres meu coração? ”, eu falei, eu quero, não foi [nome da dona do salão]? Tu ofereceste teu coração eu quis, não foi? Não pago nada, nada, nada, nada. Ela só quer a minha presença.

Pesquisadora: Você trouxe mais uma mocinha com você?

Designer: Não, mulher. Ela foi mais outra escolhida (sobre a manicure).

Pesquisadora: Quem são seus pais?

Designer: Meu pai, como eu disse faleceu, né? Eu acho que uns nove anos atrás. Quando a minha mãe já estava grávida já não estavam mais juntos. Então, o nome dele é de estranho tá, [nome do pai], o meu pai, e da minha mãe [nome da mãe], que está agora me criando, mas ela sempre me criou, desde que eu nasci até o dia que ela faleceu. Faz um ano já que ela faleceu. Eu moro ainda na casa dela, minha mãe que veio morar comigo. Exatamente. Ela é dona do lar. Ela está procurando emprego, né, porque está difícil. Exatamente. Ela era do Rio Grande do Norte, na Alexandria também.

Pesquisadora: Você nasceu onde?

Designer: Aqui na Praia Grande mesmo.

Pesquisadora: Você vai bastante à praia?

Designer: Não muito, porque não tenho tempo, mulher. Eu sou muito caseira.

Pesquisadora: A pista te atrapalha para ir à praia?

Designer: A pista atrapalha você, amiga? A pista, olha, não faz mal não, desviar da pista não, eu não me incomodo não, né? Olha, só me atrapalha porque não tenho carro. Eu fico revoltada, não, coisa de quinze, vinte minutos de bicicleta.

Pesquisadora: Você mudou da sua casa e veio para o salão. Está sendo mais fácil?

Designer: Sim. Exatamente, mas trabalho é trabalho, se não for difícil, se for molezinha (sic), não, não é trabalho. O negócio é triste, tem que acordar cedo, vir cedo.

Pesquisadora: Você acha que o governo olha para quem, mora do lado de cá?

Designer: Não, porque o beco que eu moro, eu acho que desde quando eu me conheço como gente, nunca foi asfaltado.

Pesquisadora: Há quanto tempo você mora lá?

Designer : Há 17 anos, que eu moro lá.

Pesquisadora: Aquele terreno é da sua vó?

Designer :Foi comprado, mas não está, não sei, eu acho que não tem escritura, essas coisas nem sei se tem isso daí.

Pesquisadora: Você mora com mais família. Quantas famílias são?

Designer: Uma, duas três, quatro, cinco, seis, tem a proximidade de primos, tem uns que não são, tem os que são da família.

Pesquisadora: Você disse outro dia que um dos motivos de você sair de lá foi porque incomodava os outros moradores. Você poderia falar mais sobre isso?

Designer: Por conta que não sobrava muito espaço, era no quintal que não era meu, e tirava toda a privacidade da minha mãe.

Pesquisadora: Você atende homens também?

Designer: Eu não gosto porque quando eu fazia *lives* tinha muito homens que falavam as coisas maior feia. A maioria me chamava perguntava: quanto que é para fazer a sobrancelha? E eu ficava meio assim. Aí eu preferi nem atender mais homem, assim. Eu atendo homens se a mulher vem trazer ele. Eu atendo. Mas homem assim, eu não sei a intenção deles.

Pesquisadora: Algum já te fez alguma proposta indecente?

Designer: No *Facebook*, mas não de fazer programas, as coisas, não, falavam elogios sem graça.

Pesquisadora: Como faz para guardar dinheiro?

Designer: Para guardar, conseguir guardar...não tenho tempo para gastar, eu não tenho tempo, porque daqui eu vou para escola, da escola eu vou dormir, de dormir vou para o trabalho, do trabalho vou para escola, aí... Sábado e domingo que eu olho assim na minha carteira: Vou gastar não (sic).

Pesquisadora: Quanto tempo você fica no celular?

Designer: Eu mexo bastante no celular. Agora, quando tem um tempinho eu vou lá e mexo no celular, eu queria mudar ele, comprar um, mais um, mais valioso, mas é caro, muito caro, eu queria, mas vamos ver mais para frente, eu acho que eu vou comprar sim. Não! Vou gastar com curso, eu quero fazer curso, quero comprar minha casa, fazer meu casamento, quero comprar celular, quero fazer curso, crescer. Aqui. Não, eu não tenho dinheiro, é o meu propósito lá para a frente.

Pesquisadora: Você vai gastar seu dinheiro com celular?

Designer: Não, eu quero curso, curso de micro pigmentação, sobrancelha, fazer um curso para me especializar em maquiagem, casar, ter minha casa, o celular bom, comprar minhas maquiagens que eu sempre sonhei, internacionais, é isso meu sonho, crescer, preciso.

Pesquisadora: Quem era sua vó para você?

Designer: A minha mãe era minha avó, ela era tudo para mim, deixo eu mostrar ela... muita falta... muito, ainda foi pouco tempo, mas nunca eu vou esquecer ela, eu já estou imaginando a minha mãe ficar velhinha e ficar igual. Essa foto aqui foi dez dias antes dela falecer, minha mãezinha. Sério. Ela era minha mãe. Tudo, ela era o que era um pai, uma mãe e uma avó

tudo, que ela me levava para escola, que me trazia, ela que fazia a minha comida, quando minha mãe separava, trazia para casa com a minha avó, entendeu? Não, coisa de três vezes só... Aí ela ia lá para casa, quando casava voltava.

Pesquisadora: Qual a memória que você tem do seu pai?

Designer: Não, meu pai faleceu quando eu tinha uns cinco, seis anos. Não, eu tenho uma memória só dele. Só com a minha mãe. Que ele ia para minha casa e eu fui...não sei, você mora por aqui, sempre morou por aqui. Tu, conheceu um homem que morava na Rua Horácio, depois do canal, ele era barrigudo, morenã, ele tinha uma *lan house*, eu não sei qual que é o nome dele, eu acho que ele faleceu há muito tempo, que ele tinha um mercadinho, aí eu atravessava o beco porque era aberto, o beco. É seu Antônio, alguma coisa assim, aí nós fomos lá comprar um saco de pipoca no saquinho, suco, só essa memória. Não sei o que, era pequena.

Pesquisadora: O que a Telma é para você?

Designer: Ela como se fosse uma mãe também, eu sou muito carente com essas coisas não, mas a minha mãe também é muito amorosa, muito amiga, assim, ela é doidinha, mas eu também a amo, mas, tipo, eu adotei também a Telma como mãe, ela é tipo assim, também doidinha, também. Eu entendo muitas das vezes ela, eu sou muito tranquila com todo mundo, com o ser humano, entendeu?

Pesquisadora: Eu posso entrevistar a outra moça enquanto você estiver dando curso de auto maquiagem para ela?

Designer: Eu não sei se vai dar, porque tipo assim, é porque vai ser, uma aula de auto maquiagem, aí eu não sei, ela não vai me maquiar e ela vai se maquiar. Eu ensinando-a gravar, pode, mas tipo assim, porque você fica falando com ela eu acho que ela vai se desconcentrar depois sem problema, você quiser gravar. Não, o máximo de pessoas já viram minha *live* foi 100 mil pessoas.

Pesquisadora: Já trabalhou em outro lugar?

Designer: Trabalhei na praia, no carrinho de praia, fazendo pastel, mas eu fui só dois dias só. Muito pesado, doía tudo, além da minha perna, meu pulso, eu acho que eu tenho alguma coisa no pulso, entendeu? Não posso fazer muitos movimentos repetidos.

Pesquisadora: E nunca chegou a doer fazendo maquiagem e sobrancelha?

Designer: Não, já chegou, eu atendendo com muitas clientes entendeu?

Pesquisadora: Tem de ter muita paciência?

Designer: Tem que muita.

Pesquisadora: Por que você chama de babuína?

Designer: Porque, deixa eu ver, é porque é muito engraçado, mas não é maldade não, não é maldade. É porque é um jeito carinhoso.

Anexo B – Mapa de Praia Grande - Foto da Via Expressa Sul



Fonte: Jairo Marques - Prefeitura de Praia Grande.