

censo
GIFE
juventude

censo
GIFE
juventude

São Paulo
2008

© 2008 GIFE – Grupo de Institutos, Fundações e Empresas

GIFE – Grupo de Institutos, Fundações e Empresas

Conselho de Governança – Gestão 2007/2009

Presidente

Denise Aguiar (Fundação Bradesco)

Conselheiros

Ana Toni (Fundação Ford)

Evelyn Ioschpe (Fundação Ioschpe)

Hugo Barreto (Fundação Roberto Marinho)

José Paulo Martins (Instituto Gerdau)

Luís Paulo Montenegro (Instituto Paulo Montenegro/IBOPE Inteligência)

Maurício Medeiros (Fundação Odebrecht)

Miguel Krigsner (Fundação O Boticário de Proteção à Natureza)

Sergio Amoroso (Grupo Orsa / Fundação Orsa)

Sergio Dias (Fundação Vale)

Sergio Mindlin (Fundação Telefonica)

Valdemar de Oliveira Neto (Fundación Avina)

Secretário-Geral

Fernando Rossetti

Projeto Censo GIFE 2007/2008

Supervisão geral

Fernando Rossetti

Coordenação

Claudia Cândido e Fernando Nogueira

Análise dos dados e redação

Rachel Mello (Censo GIFE)

e Helena Abramo (Censo Juventude)

Colaboração

Adriana Boscov, Adriana Mariano, Maria Alice Damasceno Saiki e Paulo Roberto de Castro (Instituto ibi), Ana Lúcia D'Império Lima, Mariana Saes e Sílvia Cervellini (Instituto Paulo Montenegro/IBOPE Inteligência), Ana Carolina Velasco, Cinthia Sento Sé, Claudia Candido, Fernando Nogueira, Fernando Rossetti, Flávia Modelli, Renato Benine (GIFE)

Preparação e revisão de texto

Katia Vitale, Rita Narciso Kawamata e Viviane Mendes

Edição e projeto gráfico

Edições Jogo de Amarelinha / aeroestúdio

Impressão

Arvato do Brasil Gráfica

ISSN 1983-9111



GIFE

GIFE – Grupo de Institutos, Fundações e Empresas
Av. Brig. Faria Lima, 2.413 – 1º andar – Jardim América
01452-000 – São Paulo – SP
Tel./Fax: (55-11) 3816-1209
e-mail: gife@gife.org.br
www.gife.org.br

Sumário

1. Apresentação **7**
2. Introdução: o peso da juventude **11**
3. O investimento Social Privado em Juventude **17**
4. Juventude: afinal, do que se trata? **23**
5. Por que Juventude? **29**
6. O que os associados fazem para os jovens:
as linhas e macrolinhas de ação **35**
7. Como, onde e com quem são realizadas
as ações **43**
8. Resultados **49**
9. Considerações finais **59**

1. Apresentação

O jovem como prioridade O Instituto ibi abraçou a causa Juventude e Trabalho por acreditar que os jovens são sujeitos de direito, com potencial para promover mudanças significativas no amplo contexto da vida social. Conceber a juventude como fonte de iniciativa, de liberdade e de compromisso torna-a parte da solução, e não dos problemas, para o desenvolvimento social e humano do país.

É com satisfação que vemos, neste momento, a juventude se tornar destaque dos investimentos sociais privados, como indica o Censo GIFE Juventude 2007-2008. Tal resultado confirma nossa visão de promover a população jovem ao protagonismo de ações sociais para seu próprio desenvolvimento e inserção no mundo do trabalho. A necessidade de atenção a esse público é uma exigência da realidade brasileira: hoje são 53,9 milhões de jovens representando 28,8% da população, o que passa a requerer uma nova ordem política e social, que busque responder à demanda por uma agenda de ações efetivas entre governos, sociedade civil e empresas.

Dentre muitos desafios, o desemprego é um constrangimento que aflige jovens de 15 a 24 anos, com percentual 3,5 vezes maior do que entre os trabalhadores adultos. Os jovens constituem a faixa etária mais atingida pelo desemprego, representando 46% dos indivíduos sem emprego no país, segundo dados do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA). Mais do que conseguir um lugar no mercado de trabalho, eles têm dificuldade de conquistar uma boa ocupação.

Tais questões são discutidas no Censo GIFE Juventude, que conta com a redação da especialista Helena Abramo, pesquisadora de longa data no assunto, socióloga e consultora da Comissão de Juventude da Câmara Municipal de São Paulo. A autora buscou, de forma consistente, inserir a reflexão sobre os dados coletados dentro de um contexto mais amplo de políticas e debates na área.

Assim, o Censo GIFE Juventude demonstra que os associados da Rede GIFE veem o jovem como um agente de mudança e têm uma visão proativa quando desenvolvem suas iniciativas voltadas para o público jovem. Em 2007, 77% das instituições que integram o GIFE e responderam ao Censo trabalharam com o público de 15 a 24 anos, embora não exclusivamente, desenvolvendo iniciativas com foco em educação, formação para o trabalho e geração de renda.

Outro destaque do Censo é mostrar como a questão da juventude é transversal, permeando a maioria dos associados da Rede GIFE. Mesmo aqueles que não têm no segmento sua atuação principal colocam os jovens entre suas prioridades de investimento. É igualmente marcante o fato de o GIFE contar, em sua estrutura, com um Grupo de Afinidade em Juventude (GAJ) – do qual participa o Instituto ibi –, promovendo ativamente debates e instâncias públicas que se estruturam em torno do assunto, apoiando e realizando pesquisas e publicações relevantes.

Só com a mobilização de diferentes setores da sociedade será possível transformar essa realidade. Os resultados do Censo GIFE surgem em um momento especial da causa Juventude. Nos últimos anos, assistimos a diversas iniciativas no setor, como o estabelecimento do ano Ibero-americano da Juventude e a I Conferência Nacional da Juventude, em 2008. Foram realizados muitos encontros, seminários, congressos e foram articulados fóruns, redes de jovens e movimentos juvenis. Multiplicaram-se os organismos gestores específicos de Juventude nos âmbitos municipal e estadual, e foram criados a Secretaria Nacional de Juventude e o Conselho Nacional de Juventude, no governo federal.

Sabemos que o desafio é enorme. Precisamos encontrar formas plurais e convergentes para que se efetive um conjunto de propósitos nas intervenções feitas pelos associados do GIFE em prol da Juventude nas áreas de Educação, Formação para o trabalho, Cultura e artes e Geração de trabalho e renda.

É por isso que o Instituto ibi se coloca no diálogo e na interlocução com os distintos atores que atuam em prol da causa da Juventude, para que a dignidade do jovem, enquanto sujeito universal de direitos, seja preservada.

Instituto ibi de Desenvolvimento Social

2. Introdução

O peso da juventude

A questão da juventude emerge como um tema expressivo para aqueles que se reúnem no GIFE, o que pode ser verificado tanto pelo interesse de seus associados como pela atuação desenvolvida por essa organização. É significativo que o GIFE conte, na sua estrutura, com um Grupo de Afinidade em Juventude e que tenha, como organização, participado de forma ativa dos debates e instâncias públicas que se estruturaram em torno do tema, apoiando e promovendo pesquisas e publicações relevantes e assumindo cadeiras em órgãos de interlocução com o Estado, como o Conselho Nacional de Juventude.

É para compreender melhor o peso e as características da relação que seus associados têm com esse público que o GIFE, na 4ª edição do Censo que realiza bianualmente, produziu um levantamento especial sobre Juventude. E, confirmando a percepção de que o tema da Juventude tem ganhado projeção e se constituído em foco ascendente de ação tanto por parte do poder público como da sociedade civil, incluindo o terceiro setor, a pesquisa constata esta tendência entre as instituições vinculadas ao GIFE: entre os que participaram do censo (80 associados), mais de 2/3 responderam que realizam ações especificamente voltadas para a Juventude.

Tabela 1. O associado realiza projetos/programas voltados especificamente para os jovens?

	Qtd.	%
Sim	56	70%
Não	24	30%
Respondentes: 80		

Resposta única

Tal crescimento é recente no Brasil, alcançando, de forma intensa e singular, um movimento que se verifica há mais de um quarto de século em outros lugares do mundo, inclusive em outros países da América do Sul. Pelo menos desde 1985, definido pela ONU (Organização das Nações Unidas) como Ano Internacional da Juventude, uma série de instituições, organizações da sociedade civil, agências de cooperação internacional e setores governamentais, assim como movimentos e entidades juvenis, têm constituído ações e estruturas com a perspectiva de debater e enfrentar questões relacionadas aos jovens.

Um dos atores mais importantes para o impulso deste tema tem sido justamente a ONU e suas agências. Em 1995, a Organização das Nações Unidas propôs, por meio do

Programa Mundial de Ação para a Juventude, uma estratégia comum aos países-membros para enfrentar os desafios relativos a esse segmento. O programa foi submetido a uma primeira avaliação, 10 anos depois (em 2005), com a produção de um Informe sobre a Situação da Juventude no Mundo. Suas diversas agências têm promovido eventos, redes e programas relativos ao tema, elaborando e disseminando indicadores, diretrizes e modelos de ação social e de políticas para a Juventude.

Podemos ter uma medida da amplitude e da diversidade que tem ganhado esta questão, no plano internacional, quando lembramos que a Juventude entrou na agenda de dois atores muito diferentes na sua constituição e propósitos: o Banco Mundial, que produziu recentemente um relatório especial dedicado a esse segmento¹, e o Fórum Social Mundial, que incluiu, desde sua primeira edição, um espaço especial para os jovens, consubstanciado no Acampamento Internacional da Juventude, que, na última edição no Brasil, em 2005, reuniu 35 mil jovens de diferentes países.

No plano continental, a articulação dos países da América Latina com os dois países ibéricos ligados à sua história (Portugal e Espanha) gerou uma série de ações de cooperação intergovernamental, fomento e estímulo para a implantação de uma agenda voltada para a Juventude: desde 1987, a realização de Conferências Intergovernamentais sobre Políticas de Juventude e a estruturação da OIJ (Organização Ibero-americana de Juventude) são os principais marcos.

O Brasil, polarizado por uma agenda interna diferenciada, incorporou-se a essa movimentação um pouco mais tarde, com algumas características singulares. No período subsequente à re-estruturação democrática e ao processo constituinte, quando se reorganizaram as pautas relativas aos direitos e às políticas públicas, o esforço da movimentação social ficou concentrado no tema urgente e dramático da infância e adolescência, consubstanciado em torno da luta pela implantação do ECA (Estatuto da Criança e do Adolescente). Apenas mais recentemente, depois da segunda metade dos anos 1990, é que a “questão da Juventude” entrou mais efetivamente na pauta. Como aponta Sposito², é a partir desse período que se pode observar “a passagem das políticas de Juventude como estado de coisas para a formação de uma agenda pública que considera os jovens como um problema político, ou seja, como objeto específico de intervenção do Estado”.

Impulsionados pela preocupação pública com o envolvimento de jovens com a violência, situações de risco e delinquência, ações e projetos sociais foram se estruturando, no âmbito da sociedade civil, principalmente entre ONGs, e no âmbito do Estado,

1 Relatório de Desenvolvimento Mundial 2007: o desenvolvimento e a próxima geração.

2 SPOSITO, M. P. (Coord.). *Espaços públicos e tempos juvenis: um estudo das ações do poder público em cidades de regiões metropolitanas brasileiras*. São Paulo: Global, 2007.

principalmente no nível municipal. Os primeiros projetos apareceram quase como uma extensão de programas já formulados para adolescentes, principalmente para a prevenção, correção e contenção dos riscos percebidos como constituintes da questão juvenil, e continuaram a existir, na maior parte das vezes, como programas experimentais, pontuais e de pequeno alcance.

Em boa medida por pressão de organizações e movimentos juvenis, mas também de militantes de entidades e associações dedicadas a jovens, no decorrer dos últimos 8 anos foi-se estabelecendo uma compreensão a respeito da necessidade de estruturar o tema da Juventude como uma agenda importante para o país, com atenção mais permanente, diretrizes mais consistentes e estrutura organizacional correspondente. Muitos encontros, seminários, congressos e buscas de articulação de fóruns e redes de jovens e movimentos juvenis foram realizados nesses anos. No plano governamental, assistimos à proliferação de organismos gestores específicos de Juventude nos âmbitos municipal e estadual, e à inédita proposição de uma estrutura federal, com a criação da Secretaria Nacional de Juventude e do Conselho Nacional de Juventude, ambos definidos por decreto presidencial em 2005, além de importantes iniciativas no Legislativo, como a criação da Frente Parlamentar, que desenvolve o debate sobre a elaboração de um Plano Nacional de Juventude.

No interior do mesmo processo foi notório também o crescimento do número de ações por parte de diversas entidades da sociedade civil e do setor empresarial. Observa-se, no terceiro setor, uma busca pela criação de critérios e parâmetros para os projetos a serem desenvolvidos ou financiados pelas entidades de ação direta, muitas vezes acompanhada da constituição de redes formadas pelas organizações apoiadas, e um movimento de articulação com o setor público, seja por meio de parcerias para a realização de programas, seja pela busca de incidência nos debates relativos às decisões políticas.

Tal crescimento pode ser comprovado por alguns dados. Levantamento feito pelo IBGE, IPEA, ABONG e GIFE em 2004 sobre as Fundações Privadas e Associações Sem Fins Lucrativos³ – que levantou dados sobre 275.895 entidades – observa que houve um crescimento, localizado justamente no período citado, de entidades voltadas para a *promoção da defesa dos direitos* (entre elas, com muito peso, a defesa dos direitos das crianças e dos adolescentes). Esse tipo de entidade representava 16% do total, sendo que 3/4 delas foram criadas a partir de 1990. Um outro conjunto de entidades (representando 12% do total desse levantamento) refere-se a organizações que atuam na área de *assistência social*: entre estas estão as que se voltam para o atendimento de grupos específicos da população, como crianças, adolescentes ou idosos.

3 IBGE, IPEA, GIFE e ABONG. As fundações privadas e as associações sem fins lucrativos no Brasil. Rio de Janeiro, 2004.

Em 2006, o IBGE realizou nova pesquisa, focada neste último conjunto, sobre as Entidades de Assistência Social Privadas sem Fins Lucrativos⁴ (PEAS), e aí já se nota a importância do público adolescente e jovem como foco das ações, ao lado do das crianças: ficamos sabendo que, das 16.089 entidades pesquisadas no país, 51,7% desenvolvem ações que envolvem pessoas com idades entre 15 e 24 anos; 46,9%, na faixa de 7 a 14 anos, e 43,6% na faixa de 0 a 6 anos de idade.

Também entre as empresas que realizam ações sociais, verifica-se um aumento da atenção dirigida aos jovens, ao lado da manutenção da prioridade na infância. Pesquisa realizada pelo IPEA⁵ em 2006, que compara dados de 1999 e 2003, mostra que os jovens começam a despontar como um grupo significativo, principalmente como alvo de ações de qualificação profissional: para o conjunto do país, cresce de 23% (em 1999) para 39% (em 2003) a porcentagem de empresas que dirigem ações para essa faixa etária, enquanto a atenção para as crianças permanece estável e majoritária, em torno de 61%.

Com relação às políticas públicas, basta lembrar que, até o início desta década, o programa federal mais significativo – e praticamente o único formulado especificamente para o público juvenil – era o “Agente jovem”, dirigido justamente para a faixa etária entre 15 e 17 anos; hoje há vários programas⁶ para a faixa etária entre 15 e 24 anos (alguns até 29 anos), entre eles o PROJOVEM (Programa Nacional de Inclusão de Jovens), considerado o carro-chefe da política nacional de Juventude em formulação.

4 IBGE, 2006 – Entidades de Assistência Social Privadas sem Fins Lucrativos.

5 IPEA, 2006 – A Iniciativa Privada e o Espírito Público: a evolução da ação social das empresas privadas no Brasil.

6 Em 2007, o Governo Federal publicou um *Guia de Políticas Públicas de Juventude*, listando 20 programas destinados especificamente a esse segmento, executados por diferentes ministérios.



3. O Investimento Social Privado em Juventude



Entre os associados do GIFE, o crescimento da atenção aos jovens já vem se verificando pelo menos desde o Censo de 2005/2006, quando ficou evidenciado que a principal faixa etária a compor o público-alvo de seus associados foi o grupo dos 15 aos 24 anos⁷. E, no presente Censo, referente aos anos de 2007 e 2008, tal tendência se confirma: o grupo etário mais visado pelas atuações é aquele na faixa etária entre 18 e 24 anos, que recebe ações de 67% dos associados; logo atrás vêm os grupos de 15 a 17 anos (para quem 59% dos associados dirigem ações) e o grupo entre 7 e 14 anos (51%). Se tomarmos a faixa mais ampla que tem sido considerada como juventude (de 15 a 29 anos), encontraremos a informação de que 81% dos associados a têm como público-alvo (pelo menos um dos segmentos desse arco).

Tabela 2. Atuação dos associados à Rede GIFE por faixa etária

	Qtd.	%
de 18 a 24 anos	41	67%
de 15 a 17 anos	36	59%
de 7 a 14 anos	31	51%
de 25 a 29 anos	27	44%
de 0 a 6 anos	22	36%
de 30 a 59 anos	19	31%
acima de 60 anos	15	25%
em todas as faixas de idade	41	67%
Respondentes: 59		

Múltiplas respostas

No total, são quase 600 projetos ou programas voltados especificamente para jovens, somando aqueles executados diretamente pelos associados e aqueles executados por terceiros e financiados pelos associados. O número total de jovens envolvidos nesses projetos passa de 9 milhões (9.111.731), representando um valor de Investimento Social Privado da ordem de R\$ 130.605.916,54 (para o ano de 2007).

O dado relativo ao investimento, contudo, nos alerta para certa ambiguidade presente na importância atribuída à juventude neste universo: embora o público juvenil

7 GIFE, 2006.

seja eleito como o principal destinatário das ações, o volume de recursos aplicados nos programas a eles destinados não passa de 11,5% do volume total do Investimento Social Privado (ISP) realizado pelos associados.

Certamente, isso revela diferenças grandes de estratégias entre as instituições. O primeiro dado que nos permite detalhar um pouco tais diferenças é o lugar que o trabalho com jovens ocupa nas prioridades dos associados: para 28% deles, é a base do seu Investimento Social Privado; para 39%, é um entre outros investimentos, constituindo parte de programas maiores; para 33%, esta variação está presente em suas definições internas: a juventude pode ser o público preferencial de alguns projetos, enquanto compõe, com outros segmentos, o alvo de outros projetos.

Tabela 3. O trabalho com o jovem em relação à programação do associado

	Qtd.	%
É a base do Investimento Social Privado	16	28%
É parte de programa maior	22	39%
Varia (em alguns é a base, em outros, é parte do programa)	18	33%
Respondentes: 56		

Resposta única

É importante salientar que variam muito também o montante de investimento e o público atingido entre os diferentes associados. Enquanto algumas instituições (apenas 3 dos respondentes) investem 100% de seu ISP em programas para jovens, outras (9 dos respondentes) investem menos de 10% dos recursos para a ação social; a proporção daqueles que investem mais de 50% de seu ISP em ações para jovens não passa dos 20% do universo da pesquisa.

Essa variação também se revela no modo de realização do Investimento Social Privado: o número de ações desenvolvidas por associado pode ir de apenas uma até mais de uma centena. Quase metade (27 de 56) mantém um número que não passa de 5 programas voltados especificamente para jovens; o escopo de outros 14 associados abarca de 6 a 20 programas, e apenas 7 sustentam um número de programas que vai além de duas dezenas.

Tabela 4. Número de programas para jovens por perfil de investimento

O investimento em Juventude	de 1 a 5 programas	de 6 a 20 programas	mais de 20 programas	não sabe/não respondeu	Total
É base	5	6	5	-	16
É parte	14	2	2	4	22
Varia	8	6	0	4	18
Total	27	14	7	8	56
Respondentes: 56					

Resposta única

20

Do mesmo modo, o número de beneficiados também encontra enorme variação: há desde associados que apontam um público de menos de uma vintena de indivíduos até aqueles que chegam a mais de 1 ou 2 milhões deles. Estes são, normalmente, os casos em que a instituição desenvolve programas com a rede pública de ensino e considera, assim, como beneficiados, todos os jovens matriculados; ou aqueles que consideram como público atendido o número estimado de jovens que podem se aproveitar de certas tecnologias sociais disseminadas por suas ações. Pela tabela abaixo, podemos verificar que, somados os públicos dos 4 associados que declararam atingir mais de um milhão de beneficiados, estes representam mais de 4/5 (87%) do total dos jovens contemplados.

Tabela 5. Distribuição do número de beneficiados pelos associados que investem em Juventude

Faixa	Qtd.	Média de beneficiados	Total de beneficiados
Até 500	14	232	3.247
De 500 a 2.000	13	1.395	18.136
De 2.000 a 15.000	9	7.685	69.168
De 15.000 a 50.000	1	38.180	38.180
De 50.000 a 1.000.000	6	175.500	1.053.000
Mais de 1.000.000	4	1.982.500	7.930.000



Faixa	Qtd.	Média de beneficiados	Total de beneficiados
Não informou	9	-	-
Total	56	178.661	9.111.731
Respondentes: 56			

Resposta única

Sobre o modo de realização, vale ainda notar que, embora a diferença não seja grande, há mais associados (31 de 56, ou 55%) que executam diretamente os programas do que aqueles que preferem financiar programas executados por terceiros. Cabe ressaltar que apenas 2 associados financiam diretamente grupos juvenis além de outras organizações e associações que lidam com jovens.

21

Tabela 6. Tipo de investimento do associado em Juventude

	Qtd.	%
Somente desenvolve projetos/programas próprios	31	55%
Financia terceiros que desenvolvem projetos/programas voltados ao jovem	23	41%
Financia grupos juvenis e terceiros que desenvolvem projetos/programas voltados ao jovem	1	2%
Financia grupos juvenis diretamente	1	2%
Respondentes: 56		

Resposta única

4. Juventude

Afinal, do que se trata?

Mas que noção de juventude está sendo utilizada pelos associados do GIFE? Como eles delimitam, definem e estabelecem critérios para a constituição de seu público juvenil?

Em primeiro lugar, é preciso ressaltar que há uma grande variedade de respostas, revelando uma percepção heterogênea e, em muitos casos, ainda pouco consolidada na definição do sujeito que se toma como foco da ação. Nisso, também, é possível dizer que os associados do GIFE acompanham o cenário nacional: a categoria *juventude*, como alvo de ações sociais e públicas, ainda está em construção, comportando vazios, ambiguidades, contradições e disputas de sentido. Como alerta informe da CEPAL e da OIJ, ainda permanece “uma tarefa complexa, tanto para o mundo acadêmico como para os governos, delimitar uma categoria de juventude que permita estabelecer quais são os limites dessa etapa da vida e como visibilizar suas particularidades sócio-históricas e necessidades”⁸.

Tais imprecisões e ambiguidades se revelam inclusive nos próprios termos utilizados, assim como na delimitação das faixas etárias correspondentes. Isso também se relaciona com o modo como o tema vem se configurando em nosso país: sua emergência, após a tematização da “infância e da adolescência”, se fez a partir do reconhecimento da necessidade de ampliar o escopo para um segmento até então invisível para a ação social, mas, em grande medida, conservando a mesma lógica que estruturou as ações para a infância, “sem muito aprofundamento de diagnósticos ou compreensão da singularidade e diversidade dos sujeitos jovens”⁹.

Permanece, desde então, um uso concomitante de dois termos, *adolescência* e *juventude*, que ora se superpõem, ora constituem campos distintos, mas complementares, ora traduzem uma disputa por distintas abordagens. Entre os associados do GIFE, vemos a presença dos dois termos, nem sempre relacionados às faixas etárias que, nos tratamentos estatísticos, se referem à diferenciação entre esses grupos (adolescentes – dos 12 aos 17 anos; jovens – dos 18 aos 24 ou 29 anos).

Se tomarmos todo o conjunto das instituições, veremos que, na média, o jovem visado pelas instituições é aquele que tem de 12 a 21 anos.

Para a maioria (64,3%), a idade inicial do período juvenil considerado está localizada na adolescência: 36 dos associados declaram que a faixa etária de seu público jovem tem início entre os 13 e os 17 anos de idade. Para cerca de 1/3 dos entrevistados (17%), contudo, tal início está localizado na infância (geralmente aos 7 anos, até os 12 anos de idade).

8 CEPAL/OIJ, 2004. *La juventud em Iberoamérica: tendencias y urgências*.

9 ABRAMO, H. O uso das noções de adolescência e juventude no contexto brasileiro. In: FREITAS, M. V. *Juventude e adolescência no Brasil: referências conceituais*. São Paulo: Ação Educativa, 2005.

Se a maior parte dos associados inclui os adolescentes entre seu público, poucos limitam a ela seu escopo: apenas 14% (8 respondentes) apontam a idade final do período visado no marco legal de seu término (18 anos); para mais de 2/3 dos associados, o período juvenil vai até a casa dos 20 anos de idade.

Tabela 7. Definição etária de juventude utilizada pelos associados

Término Início	0 a 12 anos	13 a 17 anos	18 a 21 anos	22 a 29 anos	30 anos ou mais	Total
0 a 12 anos	1	5	8	2	1	17
13 a 17 anos	-	3	6	26	1	36
Mais de 18 anos	-	-	-	2	-	2
Total	1	8	14	30	2	55
Respondentes: 55						

Resposta única

Tomando as faixas etárias completas citadas pelos associados, as respostas indicam que a que mais se destaca é aquela que vai dos 14, 15 ou 16 anos até os 24 ou 25 anos (19 respondentes, ou 34%), afinadas com os marcos que têm sido adotados pelas agências das Nações Unidas e pela maior parte das instituições nacionais que levantam dados e constroem indicadores sociais no país.

Cabe notar também que uma parcela não desprezível (7 respondentes, ou 13%) estende a sua compreensão do espectro etário do período juvenil até os 29 anos, referência que foi adotada por parte das instituições governamentais neste período mais recente da agenda relacionada à juventude.

As respostas dadas à pergunta sobre o conceito usado pelos associados para definir seu público-alvo revelam não só essa variação etária, mas também, em grande parte, uma falta de precisão ou mesmo de reflexão sobre o público visado: em primeiro lugar, é de se notar que mais de 1/3 dos 56 associados que declararam no Censo dirigir ações para jovens não respondeu à pergunta sobre que conceito usa para definir seu público-alvo; e dos 36 que responderam, 8 simplesmente anotaram termos como *jovem* ou *adolescente*, enquanto mais 3 fizeram apenas referências à idade, revelando que, em muitos casos, a definição etária ainda está desacompanhada de uma definição mais refletida sobre a juventude.

O segundo tipo de definição mais acionado é o que diz respeito à indicação de um segmento determinado do público juvenil. Entre os que vão por esse caminho, a maior

parte indica que se propõe a trabalhar com *estudantes* (ou escolares, de diferentes níveis de ensino, do Ensino Fundamental ao Superior); em segundo lugar, está a definição de condição socioeconômica: *jovens de baixa renda*, ou de *setores populares* etc. Também aparecem públicos mais específicos, como *jovens em situação de vulnerabilidade social* (duas citações) ou *cumprindo medidas socioeducativas em meio aberto* (1 citação).

É de se notar, contudo, que parte dos associados (6 citações) fundamentam seus programas numa definição conceitual a respeito da juventude, mostrando, em grande medida, um afinamento com as noções mais “atualizadas” no debate em curso no país: a definição de juventude como uma fase de transição em que a formação, aliada à experimentação e conquista da autonomia, são as grandes marcas do processo; e a noção de jovem como *sujeito de direitos* e com potencialidade de ser *agente de transformação*. Esta é, por exemplo, a perspectiva adotada pelo CONJUVE, expressa em documento elaborado em seu primeiro ano de funcionamento¹⁰.

Outros tantos (5 citações) fazem referência a “atributos” da juventude, na maior parte atributos positivos, como talento, produtividade, atualidade e adaptabilidade (“antenados” e “descolados”) e capacidade de mudança. Neste último caso, notamos dois tipos de atributos: aqueles que remetem à capacidade de “fazer carreira e ter sucesso”, como talento, produtividade, mérito, ser estudioso etc.; e aqueles que remetem aos vínculos societários e capacidade de transformação: solidariedade, participação.

Tabela 8. Conceitos presentes nas definições de juventude pelos associados

Tipos de definição	Qtd.
Referências à faixa etária	16
Segmentos específicos	11
Conceito	6
Atributos	5
Respondentes: 36	

Múltiplas respostas

A aparente suficiência da própria condição etária se revela também quando examinamos as respostas dadas à pergunta sobre os critérios adotados para a seleção dos

10 CONJUVE, 2006. Política Nacional de Juventude: diretrizes e perspectivas.

jovens beneficiários: o critério mais citado pelos associados é justamente a *faixa etária*, citado por 79% das instituições; em segundo lugar vem a condição socioeconômica – a *renda* é critério definidor para a maioria (59%) dos associados. Determinados indicadores associados a essa condição também contam de forma significativa, consubstanciados na alternativa *grau de instrução* (29%) e *desemprego* (14%).

É interessante notar que outros fatores apontados pelas pesquisas e demandas juvenis como fatores de discriminação e desigualdade não têm (ou têm apenas marginalmente) composto parte dos critérios usados para a definição do público-alvo desses projetos: *gênero*, *etnia* (que aparecem apenas marginalmente), *orientação sexual* e *religião* (que não compõem critério de nenhuma instituição), de forma semelhante ao observado em outras áreas do Censo.

Tabela 9. Critérios para seleção dos jovens apoiados pelos projetos/programas

	Qtd.	%
Faixa etária	44	79%
Renda	33	59%
Geográfico	23	41%
Grau de instrução	16	29%
Desemprego	8	14%
Gênero	3	5%
Etnia	2	4%
Orientação sexual	0	0%
Religião	0	0%
Outros	13	23%
Respondentes: 56		

Múltiplas respostas

5. Por que Juventude?

O que leva as instituições a dirigir sua atenção aos jovens? A maior parte dos motivos se relaciona, de um lado, aos fatores que tornam a juventude um segmento populacional especialmente afetado pela estrutura social e conjuntura histórica (o peso demográfico, as condições que encontram na sociedade e que limitam suas possibilidades de desenvolvimento ou de vida) e, por outro, ao “papel” que os jovens podem ter na sociedade (como agentes de rompimento do ciclo de pobreza ou como ameaça para a sociedade) e pelos seus atributos (positivos ou negativos). É, também, muito forte a percepção de que faltam ações dirigidas a esse público, principalmente políticas públicas. Mas as diferentes respostas revelam a existência, entre os associados do GIFE, de algumas das polêmicas presentes no debate nacional sobre o tema da Juventude.

Tabela 10. Por que o associado escolheu trabalhar com jovens?

	Qtd.	%
Devido aos indicadores socioeconômicos relacionados ao público escolhido	37	66%
Acredita no papel da juventude contra a replicação da pobreza	35	63%
Existência de poucas políticas públicas nesta faixa etária	24	43%
Resultados apontados em outros projetos do associado	13	23%
Razões demográficas	12	21%
O jovem pode ser uma ameaça se não for bem encaminhado (por causa da violência)	11	20%
Nível socioeconômico da comunidade do entorno da empresa	9	16%
Devido à/Incentivado pela Lei do Aprendiz (nº 10.097) ou outra legislação	8	14%
Recomendação de consultores externos	6	11%
Motivação de ordem pessoal de um ou mais dirigentes da empresa ou da mantenedora/grupo de mantenedores	5	9%
Número de jovens existentes no entorno da empresa ou da mantenedora/grupo de mantenedores	3	5%
Jovens são clientes em potencial da empresa ou da mantenedora/grupo de mantenedores	2	4%
Jovens são a maior parte dos colaboradores da empresa ou da mantenedora/grupo de mantenedores	1	2%



	Qtd.	%
Não há uma razão objetiva	2	4%
Outros	14	25%
Respondentes: 56		

Múltiplas respostas

Para uma ampla maioria de associados, a decisão de trabalhar com o público juvenil vem da percepção relativa à situação socioeconômica vivida por este segmento, seja numa dimensão geral, referida aos indicadores socioeconômicos (66% assinalam esse motivo), seja numa dimensão mais concreta da realidade circundante (16% alegam as condições socioeconômicas da comunidade no entorno da empresa). A percepção de que os jovens compõem hoje um dos segmentos mais afetados pela pobreza (ou pelas desigualdades sociais, conforme a perspectiva) é generalizada na sociedade brasileira. Os dados mais recorrentes na elaboração dos diagnósticos sobre a juventude, inclusive aqueles que orientam a formulação das políticas públicas, são os relativos ao nível de escolaridade (ressaltando-se a porcentagem de jovens que não conclui o Ensino Médio e o número médio de anos de estudo inferior à maior parte dos outros países do nosso continente) e à situação de atividade, com destaque para o índice de desemprego entre os jovens e a proporção de jovens com mais de 18 anos que não estudam nem trabalham.

A precariedade da situação dos jovens e a possibilidade de que sua inserção social não se realize estão no centro da preocupação geral. Não por acaso, a tabela abaixo é a mais usada nos diagnósticos recentes: mostra a situação de atividade dos jovens, ressaltando como foco central de atenção a porcentagem de jovens “sem lugar”, que não estudam nem trabalham.

31

Tabela 11. Condição de atividade e de estudo por sexo e faixa etária em 2006 (%)

Homens	Só estuda	Estuda e trabalha	Só trabalha	Não estuda nem trabalha
10 a 14 anos	85,4	11,6	0,9	2,1
15 a 17 anos	54,4	27,1	11,3	7,1
18 a 24 anos	12,7	18,0	55,6	13,7
25 a 29 anos	2,1	9,4	78,3	10,1



Mulheres	Só estuda	Estuda e trabalha	Só trabalha	Não estuda nem trabalha
10 a 14 anos	91,0	6,5	0,4	2,1
15 a 17 anos	65,3	17,5	4,6	12,3
18 a 24 anos	17,6	15,1	35,6	31,7
25 a 29 anos	4,7	9,6	53,0	32,7

Fonte: Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad)/IBGE.

O segundo grande motivo diz respeito à convicção de que os jovens são agentes privilegiados para o rompimento do ciclo da pobreza: esta foi a resposta de 63% dos associados. Esta também é uma das noções com forte presença no debate público, e um dos eixos de argumentação do Banco Mundial para sua aposta no investimento em Juventude: é a ideia de que os jovens, se devidamente assistidos no seu processo de formação, têm mais capacidade de aproveitar as chances abertas pelo desenvolvimento e romper o ciclo geracional da pobreza, contribuindo com suas potencialidades de inovação e criação.

É interessante notar que tal visão não é hegemônica no debate nacional. Publicação recente, apoiada pelo GIFE¹¹, mostra que há uma diferença de perspectiva entre essa visão, impressa no já citado relatório do Banco Mundial, e aquela que foi formulada pelos integrantes do CONJUVE, que definem a necessidade não apenas de superação da *pobreza*, mas das *desigualdades econômicas e sociais* para a transformação da situação dos jovens, na qual eles mesmos devem ter uma participação ativa. Como lembra Marcio Pochmann, “pode-se reduzir a pobreza sem impacto significativo sobre a desigualdade. Nesse caso, a renda dos ricos subiria mais rapidamente que a dos pobres. No nosso entender, o combate à pobreza somente é efetivo se a distância entre os mais pobres e o restante da sociedade se reduzir”¹².

Embora não constasse como alternativa a ser assinalada, uma constância nas respostas especificando a categoria *outros* nos permite observar ainda outra percepção a respeito dos jovens, mais afinada com certas percepções partilhadas por atores que se constituem no campo dos movimentos sociais e partidos políticos: 7 das 14 instituições que assinalaram essa alternativa deram respostas que poderiam ser reunidas numa categoria vinculada à percepção do papel dos jovens como *agentes de transformação ou de mudança*. O fato de esses respondentes não terem se sentido contemplados pela

11 CASTRO, M.; ABRAMOVAY, M.; DE LEON, A. *Juventude: tempo presente ou tempo futuro?* São Paulo: GIFE, 2007.

12 POCHMANN, M. Entrevista à Rede GIFE, 1/9/03. In: *O melhor da Rede GIFE*. p. 144.

alternativa anterior, preferindo explicitar sua visão na categoria *outros*, demonstra que o protagonismo atribuído aos jovens pode ter sentidos bastante diferentes.

Por outro lado, chama a atenção a alegação de um motivo que, em certo sentido, vai na direção contrária aos dois argumentos anteriores: para 1/5 dos associados, o investimento nos jovens está baseado no temor de que eles se comportem de forma violenta, constituindo uma ameaça à sociedade. Esse foi um dos argumentos mais mencionados no início do debate sobre o tema, numa perspectiva bastante generalizada na opinião pública, que sedimenta uma visão da juventude como um problema em si mesmo, e que tem sido muito criticada e combatida, principalmente pelos próprios jovens.

Para um grande contingente de associados (43%), a percepção de que existem poucas políticas públicas dirigidas a essa faixa etária constitui-se em motivo para definir ações de atendimento para esse segmento e investir nelas, confirmando a compreensão de que este é um dos papéis a serem desempenhados pelo Investimento Social Privado. Vale assinalar, porém, que é possível supor que muitas das próprias ações do terceiro setor se fazem não somente em consonância com as políticas públicas, mas a partir do estímulo delas. Como assinala Sposito¹³, desde o princípio, na década de 1990, a formulação das políticas para a juventude se fez em grande parte por meio da transferência de recursos da União para os entes federados, para as ONGs e para fundações empresariais. No mesmo sentido, ficamos sabendo, pelas respostas a outra pergunta formulada no Censo, que metade dos associados realiza suas ações em parceria com o poder público.

Chama a atenção, neste sentido, o número relativamente alto de associados que cita como motivo a aplicação da Lei do Aprendiz ou outra legislação (14%). Por um lado, cabe perguntar se a ação com os jovens, nesses casos, se deve somente a uma obrigação legal, sem chegar a se constituir num interesse real dos associados; por outro, cabe levantar a hipótese de que, apesar da percepção da inexistência de políticas públicas dirigidas a esse público, é justamente pelo estímulo das políticas existentes que parte das ações privadas se estrutura.

Razões de ordem “prática”, ou “pragmática”, influenciam apenas de forma marginal as definições: o número de jovens existentes no entorno da empresa (5%), porque os jovens são clientes em potencial (4%) ou porque são os principais colaboradores da empresa (2%).

Um número não desprezível de associados relata que a razão da escolha por trabalhar com jovens veio não exatamente de uma avaliação política ou definição estratégica do associado, mas de uma indicação “exterior” aos seus objetivos iniciais: pelos resultados apontados em outros projetos (23%) ou por consultores externos (11%), o que revela, também, uma busca de planejar e fundamentar a direção de suas ações.

13 SPOSITO, M. P. (Coord.). *Espaços públicos e tempos juvenis: um estudo das ações do poder público em cidades de regiões metropolitanas brasileiras*. São Paulo: Global, 2007.

6. O que os associados fazem para os jovens

As linhas e macrolinhas de ação

Tabela 12. Quais são as macrolinhas de ação dos projetos/programas desenvolvidos exclusivamente para os jovens?

	Qtd.	%
Educação	44	79%
Formação para o trabalho	43	77%
Comunicações	3	5%
Geração de trabalho e renda	25	45%
Cultura e artes	20	36%
Esportes	15	27%
Desenvolvimento comunitário/de base	13	23%
Meio ambiente	13	23%
Apoio à gestão de organizações do terceiro setor	10	18%
Defesa de direitos	7	13%
Saúde	7	13%
Assistência social	9	16%
Outras	3	5%

Múltiplas respostas

36

A *educação* e a *formação para o trabalho* são as principais preocupações, atraindo, nos dois casos, o investimento de uma parcela correspondente a quase 4/5 dos associados, consubstanciando ações de apoio ao desenvolvimento formativo dos jovens, visando aumentar suas oportunidades de inclusão social.

A priorização da área da Educação por parte dos associados do GIFE é notória desde o primeiro Censo e corresponde a “um consenso nacional de que as limitações do sistema educacional são o principal entrave que o país necessita enfrentar para superar seus problemas de pobreza, desajuste e desigualdade social”¹⁴. Particularmente para a juventude, compreendida como uma etapa crucial para a formação e iniciação na “vida adulta”, esse tema assume grande importância, ao lado da formação profissional e apoio para inserção no mercado de trabalho. Na realidade, essas são as duas áreas que têm, tradicionalmente, no nosso país, concentrado as ações direcionadas

aos jovens, tanto por parte da esfera pública como da esfera social privada¹⁵. E, como já apontamos na introdução, essas são duas áreas em que os indicadores parecem mostrar a existência de maiores déficits na garantia dos direitos sociais dos jovens.

É importante destacar que a área da *cultura e artes* tem uma atenção significativa (mais de 1/3 dos associados tem atuação nessa área), principalmente entre as fundações e associações. Este é um tema de grande interesse para os jovens, principalmente no que diz respeito às possibilidades de aumentar seu acesso ao patrimônio material e imaterial cultural da sociedade e à garantia de “reconhecimento e meios operacionais para viabilizar que as diferentes manifestações artísticas produzidas e apreciadas por jovens sejam geradoras de pertencimentos, identidades e inserções produtivas”¹⁶. Não por acaso, aparece como uma perspectiva diferencial do posicionamento do CONJUVE a afirmação da necessidade de incluir a cultura como um eixo estruturante – ao lado de educação e trabalho – das políticas que visem à promoção do desenvolvimento integral dos jovens¹⁷.

Esportes também representa uma área com significação, citada por mais de 1/4 dos associados. Do mesmo modo que para o tema da *cultura*, porém, os dados apresentados não são suficientes para saber qual é a perspectiva adotada pelos associados nessas áreas de ação, o que só poderia ser levantado por um estudo qualitativo especial.

Meio ambiente é outro tema “emergente” no conjunto das ações sociais de entidades privadas, segundo dados das FASFIL (2004)¹⁸, visto como fruto da repercussão de movimentos sociais dedicados ao tema. Cabe, no entanto, ressaltar que, se tem significação entre as áreas de atuação voltadas aos jovens, não aparece como tema específico dessa faixa etária. A observação da análise geral do Censo GIFE 2007/2008 é a de que o investimento nessa linha não se relaciona a segmentos específicos no seu público-alvo.

É interessante notar uma diferença entre os associados do GIFE e o conjunto das empresas privadas que realizam ações sociais, pesquisadas pelo IPEA em 2006, entre as quais foi constatada a predominância de um atendimento emergencial, refletido na prevalência de linhas de ação vinculadas à assistência social, com um investimento modesto na área da educação¹⁹. Entre os associados do GIFE que destinam ação para jovens, a relação é inversa: apenas 16% desenvolvem ações na linha da *assistência social*, que permanece grande para o público das crianças, ainda considerado como o

15 IPEA, 2008. CASTRO, J. A.; AQUINO, L. (Org.). *Juventude e políticas sociais no Brasil*. Brasília: IPEA, 2008.

16 NOVAES, Regina et al. *Seis demandas para a construção de uma agenda comum*. IBASE/POLIS, 2007.

17 CONJUVE, 2006. Diretrizes para uma Política Nacional de Juventude.

18 IBGE, IPEA, GIFE e ABONG. *As fundações privadas e associações sem fins lucrativos no Brasil*. Rio de Janeiro, 2004.

19 IPEA, 2006. *A iniciativa privada e o espírito público*. p. 21.

mais vulnerável. Isso pode estar relacionado ao conceito de Investimento Social Privado que orienta a articulação das instituições em torno do GIFE; conforme a definição presente em sua apresentação institucional, “a preocupação com o planejamento, o monitoramento e a avaliação dos projetos é intrínseca ao conceito de Investimento Social Privado e um dos elementos fundamentais na diferenciação entre essa prática e as ações assistencialistas. Diferentemente do conceito de caridade, que vem carregado da noção de assistencialismo, os investidores sociais privados estão preocupados com os resultados obtidos, as transformações geradas e o envolvimento da comunidade no desenvolvimento da ação.”²⁰

A linha de *apoio à gestão de organizações do terceiro setor* não atrai tanto as ações dos associados (apenas 18% citam essa área), ao contrário do que revela a observação sobre o conjunto das ações dos associados, que aponta ser esta a segunda área de maior investimento, atraindo a ação de 53% dos respondentes ao Censo GIFE. A perspectiva do fortalecimento dessas organizações é um dos princípios orientadores do GIFE desde sua fundação²¹. Veremos também, mais adiante, que as ONGs e as associações de base comunitária são parceiras preferenciais dos associados nas ações que estes destinam aos jovens. Cabe perguntar por que, então, essa relação inclui tão pouco fortalecimento dessas organizações, justamente no tema da juventude: talvez as instituições de origem empresarial demandem das ONGs a sua *expertise* e credibilidade na relação direta com os jovens, mas não apostem no seu papel como atores sociais.

Se observarmos o cruzamento entre os motivos que levam os associados a investir em jovens e as áreas dos programas realizados, podemos ter uma visão geral sobre o principal foco e fundamento do Investimento Social Privado em Juventude. Na tabela da página seguinte aparece muito claramente o vínculo entre a percepção da precariedade da situação dos jovens e a necessidade de investir em mecanismos que os capacitem melhor para aumentar suas chances de inserção social. Parece forte a convicção, entre os associados, de que são as ações nessas áreas que podem levar os jovens a cumprir um papel de interrupção da reprodução do ciclo da pobreza.

Fica também visível que é nessas áreas que a percepção da carência de políticas públicas leva os associados a investir mais. A convicção de tal priorização do seu investimento social parece ser reforçada pela percepção que os associados têm do resultado

20 GIFE, disponível em www.gife.org.br.

21 Como podemos ver neste trecho da publicação *Guia GIFE sobre parcerias e alianças em investimento social privado: um caminho estratégico*: “O exercício da cidadania, a defesa dos direitos e a preocupação em desenvolver ações sociais capazes de trazer benefícios permanentes às populações atendidas eram – e continuam sendo – o pano de fundo do trabalho das ONGs. À parte o compromisso com a melhoria da sociedade, as ONGs costumam possuir *know-how* em suas áreas de especialidade, credibilidade perante a opinião pública, assim como empenho e influência política para provocar transformações sociais em escala nem sempre detida pelo investimento social privado. Faltam a elas, em muitos casos, recursos financeiros para viabilizar seus projetos”. p. 27-28.

Tabela 13. Motivos para atuação em Juventude por linha de ação

	Apoio à gestão de organizações do terceiro setor	Assistência social	Comunicações	Cultura e artes	Defesa de direitos	Desenvolvimento comunitário/de base	Esportes	Educação	Formação para o trabalho	Geração de trabalho e renda	Meio ambiente	Saúde	Outras	Total
Devido aos indicadores socioeconômicos relacionados ao público escolhido	8	7	1	12	6	9	11	31	30	18	10	5	0	148
Acredita no papel da juventude contra a replicação da pobreza	6	7	1	12	4	9	10	28	31	16	8	4	0	136
Poucas políticas públicas nesta faixa etária	6	6	1	7	4	5	4	20	21	10	4	1	1	90
Razões demográficas	3	3	1	6	3	6	2	12	11	7	1	2	0	57
Resultados apontados em outros projetos do associado	4	3	2	6	3	6	3	10	9	5	2	3	0	56
Nível socioeconômico da comunidade no entorno da empresa	2	3	0	5	1	4	4	8	9	7	3	2	1	49
Outros	4	4	0	3	1	3	2	9	11	7	2	1	1	48
O jovem pode ser uma ameaça se não for bem encaminhado (por causa da violência)	2	3	1	3	1	3	3	9	10	3	2	1	0	41
Devido à/Incentivado pela Lei do Aprendiz (nº 10.097) ou outra legislação	2	2	0	4	1	4	2	6	8	6	2	1	0	38
Recomendação de consultores externos	1	1	0	2	1	2	2	5	4	4	2	1	0	25
Número de jovens existentes no entorno da empresa ou da mantenedora/grupo de mantenedores	1	1	0	1	1	1	1	2	3	2	0	1	0	14
Motivação de ordem pessoal de um ou mais dirigentes da empresa ou da mantenedora/grupo de mantenedores	0	0	0	2	0	1	1	4	3	0	0	0	0	11
Jovens são clientes em potencial da empresa ou da mantenedora/grupo de mantenedores	0	0	0	2	0	0	1	1	1	1	1	0	0	7
Jovens são a maior parte dos colaboradores da empresa ou da mantenedora/grupo de mantenedores	1	0	0	0	0	1	0	1	1	1	0	0	0	5
Não há uma razão objetiva	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	3
Respondentes: 56														

Múltiplas respostas

de suas ações²²: é justamente no aumento das chances de acesso, retorno e desempenho escolar, e na capacitação – e, em alguns casos, inserção no mercado de trabalho –, que mais associados avaliam estar causando impactos positivos na vida dos jovens com suas ações de responsabilidade social.

Particularmente, o tema do Trabalho aparece como especialmente importante para a juventude, concentrando nesse público as ações formatadas nessa área (para 79% dos associados que desenvolvem ações nessa linha, o público é de jovens de 18 a 24 anos). Esta tem sido, de fato, a questão que mais cresce como preocupação entre os jovens²³ e a respeito da juventude, emergindo como problema crucial para muitos atores do poder público e da sociedade civil. Sem dúvida, não só por causa das altíssimas taxas de desemprego, mas porque é justamente no momento de processar a entrada no mundo do trabalho que os dramas relativos às dificuldades de inserção e inclusão aparecem mais agudamente. A pesquisa do IPEA 2006 levanta a hipótese de que esse eixo é, na verdade, um dos principais motes do crescimento da atenção destinada aos jovens pelas FASFIL, que foi de 25% para 30% entre 2000 e 2004. No mesmo período, a porcentagem de instituições que desenvolvem ações na linha da qualificação profissional cresceu de 2% para 14%²⁴.

40

É possível também perceber que, assim como para muitos setores da sociedade brasileira, para parte dos associados do GIFE a preocupação com o desemprego juvenil está fortemente vinculada ao temor de que esses jovens alimentem a violência e promovam fissuras ou desestruturas sociais. Como vários autores têm observado, é preciso ficar atento para que tais associações não generalizem a relação entre pobreza, desemprego e criminalidade, transformando os jovens pertencentes a famílias de baixa renda em segmentos considerados como de risco para a sociedade.

Por outro lado, Lúcia Delagnello observa que “em geral o interesse das empresas em investir em educação para o trabalho parte da dificuldade de contratar empregados qualificados e capazes de enfrentar os novos desafios de produtividade e competitividade”²⁵.

22 Ver, mais adiante, a tabela 18, “Principais resultados dos projetos/programas voltados aos jovens”, na p. 50.

23 Ver, por exemplo, as pesquisas Perfil da Juventude Brasileira. In: Retratos da Juventude Brasileira (2005) e Juventude: participação e democracia (IBASE, 2006).

24 IPEA, 2008.

25 DELAGNELLO, L. *O melhor da rede GIFE*, 2006. p. 111.

Tabela 14. Em que linha(s) de ação os projetos/programas voltados ao jovem estão inseridos, por perfil de investimento

	É base	É parte	Varia	Total	%
Formação profissional (não regular)	10	15	11	36	64%
Inserção profissional	11	11	11	33	59%
Protagonismo juvenil	8	12	11	31	55%
Inclusão digital	7	11	9	27	48%
Geração de trabalho e renda/fomento a microempreendimentos	5	11	9	25	45%
Cultura e artes	5	9	9	23	41%
Atuação no ensino regular	6	10	6	22	39%
Formação integral (não regular)	5	8	7	20	36%
Reforço escolar	4	8	8	20	36%
Participação social	4	7	6	17	30%
Formação de lideranças	4	5	7	16	29%
Esporte	4	6	4	14	25%
Voluntariado	6	4	3	13	23%
Educomunicação	5	3	4	12	21%
Defesa dos direitos	2	4	4	10	18%
Lazer	2	5	3	10	18%
Ação afirmativa	3	3	3	9	16%
Sexualidade (dst/aids/gravidez)	1	3	3	7	13%
Violência/combate à violência	-	3	3	6	11%
Drogas e álcool	1	4	-	5	9%
Saúde (fora da sexualidade)	1	2	1	4	7%
Medidas socioeducativas para jovens em conflito com a lei	-	1	2	3	5%
Outros	1	1	2	4	7%
Total de objetivos mencionados	95	146	126	367	-
Respondentes	16	22	18	56	100%

As linhas de ação são diversificadas, mas apresentam algumas concentrações importantes. As que mais se destacam são, em coerência com o que vimos apresentando em relação às grandes áreas, aquelas que buscam ajudar os jovens a se inserir no mercado de trabalho: em primeiro lugar, a *formação profissional (não regular)* (que canaliza investimentos de 64% dos associados), ações de apoio à *inserção profissional* (59%) e *geração de trabalho e renda/fomento a microempreendimentos* (45%).

Destaca-se, de forma muito evidente, a linha de ação intitulada *protagonismo juvenil*, presente para mais de metade dos associados (55%). Formulada e difundida, em grande parte, exatamente nesse meio representado pela ação social privada, virou praticamente uma “marca” de certa abordagem da questão juvenil, buscando, de um lado, superar a postulação dos jovens como problema, apostando na sua potencialidade para a resolução de suas questões e da sociedade, e, de outro, criar uma alternativa para a noção de participação herdada de outras gerações ou universos políticos. Parece, no entanto, que as ações nessa linha constituem, em grande medida, um recurso pedagógico de formação para a cidadania e o desenvolvimento de valores sociais, mais do que uma aposta na participação autônoma dos jovens, se lembrarmos a informação registrada anteriormente de que apenas dois associados financiam diretamente grupos juvenis.

Nota-se também que essa linha é bem maior que aquela relativa ao apoio à *participação social*, que recebe atenção de 30% dos associados. A linha de *defesa dos direitos* aparece num patamar ainda bem menor (apenas 18% dos associados) e cabe notar que só aparece com maior significação entre as fundações; por outro lado, é mais significativa a porcentagem de associados que apoiam ações na linha da *formação de lideranças* (em torno de 30%). Em todas essas linhas de ação que se relacionam, de algum modo, com a atuação social coletiva, o interesse das empresas se revela bem menor que o das fundações.

Num terceiro patamar vêm as linhas que parecem mais afinadas com interesses específicos desta geração de jovens: *inclusão digital* (48%) e *cultura e artes* (41%). Cabe aqui, também, fazer notar diferenças existentes entre fundações, associações e empresas: enquanto as linhas citadas orientam a ação de mais de metade dos associados dos dois primeiros tipos, elas interessam menos de 30% das empresas (no caso da linha de *cultura e artes*, apenas 7%).



**7. Como, onde
e com quem
são realizadas
as ações**

Tabela 15. Como são realizados os projetos/programas voltados ao jovem

	Qtd.	%
Produção/sistematização de metodologia	26	46%
Articulação de redes intersetoriais	23	41%
Eventos de sensibilização/mobilização	21	38%
Atuação em prol de políticas públicas (<i>advocacy</i>)	17	30%
Doação de material	17	30%
Articulação de redes juvenis	16	29%
Produção de conhecimento/pesquisa	16	29%
Doação de equipamento	15	27%
Bolsas individuais	14	25%
Criação de espaços	14	25%
Oferecimento de transporte	14	25%
Fornecimento de alimentação	13	23%
Voluntariado	13	23%
Prêmios	9	16%
Manutenção de espaços	8	14%
Publicações	8	14%
Outros	10	18%
Respondentes: 56		

Múltiplas respostas

Quando examinamos a forma que assume o Investimento Social Privado na realização dos projetos, vemos que há um grande bloco, reunindo sete diferentes modos de apoio material aos beneficiados (*doação de material, bolsas individuais, doação de equipamento, criação e manutenção de espaços, fornecimento de alimentação e oferecimento de transporte*), envolvendo em cada um desses itens uma ordem de 15% a 30% dos respondentes.

De outro lado, aparecem com destaque as ações que representam formas de organização e intervenção social e política: 41% dos associados desenvolvem um eixo de *articulação de redes intersetoriais*, e 29% a *articulação de redes juvenis*. Outros tantos (38%) estão envolvidos em *eventos de sensibilização/mobilização*, e mais 30% atuam *em prol de políticas públicas (advocacy)*.

É possível visualizar ainda um terceiro bloco que, reunindo as ações relativas à *produção/sistematização de metodologia* (46%), *produção de conhecimento/pesquisa* (29%) e *publicações* (14%), indica uma importante disposição para refletir sobre a própria ação e a realidade sobre a qual se busca intervir.

Pode-se deduzir dessa observação que os associados do GIFE se constituem não somente como instituições que apoiam jovens ou prestam serviços a eles, mas também como atores que buscam interferência organizada e qualificada no espaço público e na agenda que se constrói sobre o tema da juventude. Esta talvez seja uma característica que diferencie os associados do GIFE, que têm afirmado e buscado desenvolver tal perspectiva. Como observa Rossetti, “o Brasil tem um dos mais dinâmicos movimentos de responsabilidade social corporativa do mundo, e sua rápida disseminação no país foi o que mais influenciou o ambiente filantrópico na última década”; e a perspectiva de suas lideranças é a de que suas ações estejam fundadas numa “visão mais ampla de seu papel na sociedade, além de assegurar o seu compromisso mais efetivo com o enfrentamento dos desafios com que o país se depara”²⁶.

A prática da parceria é dominante no GIFE: apenas 5% dos associados preferem *atuar sozinhos*. As ONGs são, com grande vantagem, as principais parceiras (84% dos associados têm relação com ONGs); não por acaso, é nos espaços dessas organizações que a maior parte dos programas é executada. Cabe ressaltar, no entanto, a diferença de lugar ocupado pelas organizações de base comunitária, que estão juntas com apenas 1/3 dos associados no desenvolvimento dos projetos.

Tabela 16. Tipos de parceiros no desenvolvimento das ações voltadas ao jovem

	Qtd.	%
ONGs	47	84%
Escola pública	34	61%
Fundações ou institutos	31	55%
Poder público	28	50%
Empresas	25	45%
Conselhos ligados a políticas públicas (CMDCA, Tutelar etc.)	24	43%



26 ROSSETTI, F. O futuro da filantropia no Brasil. In: *O melhor da rede GIFE*, 2006.

	Qtd.	%
Organizações de base comunitária	18	32%
Sistema S (Sesc, Senac, Sesi, Sest etc.)	18	32%
Sistema ONU (Unicef, Unesco, OIT etc.)	8	14%
Escola privada	7	13%
Outros organismos internacionais (BID etc.)	6	11%
Instituições religiosas	5	9%
Instituições de saúde	5	9%
Não atua em parceria	3	5%
Outros	6	11%
Respondentes: 56		

Múltiplas respostas

46

Também o setor público acaba aparecendo como um grande parceiro: como já assinalamos antes, metade dos associados atua com o *poder público*, e mais 43% com *conselhos ligados a políticas públicas*. Mas a principal parceria nesse setor é com a *escola pública*, que polariza a ação de 61% dos associados. Essa informação ajuda a balizar alguns dados do item anterior: mesmo certas linhas de ação que não são prontamente classificadas como de educação vinculam-se, de muitos modos, ao eixo da formação escolar, uma vez que são realizadas nas escolas (54% dos associados afirmam que os projetos/programas são realizados na escola pública – ver a tabela 17, na página seguinte), na perspectiva da ampliação da formação integral dos jovens.

Essa forte relação com a escola pública pode estar refletindo o esforço de estabelecimento de uma diretriz de atuação por parte de “formadores de opinião” desse campo da atuação empresarial com fins sociais, como é possível ver nesta recomendação de Lúcia Delagnello, em entrevista ao GIFE: “O importante é adotar uma postura de parceria e não de substituição ou antagonismo ao sistema público de ensino. Quase 88% das crianças e jovens brasileiros estão matriculados na rede pública. Portanto, é aí onde devem ser feitos, direta ou indiretamente, os principais investimentos”²⁷.

O terceiro bloco de parceria dos associados aponta para a ação com seus “pares”: outras empresas, fundações ou institutos e o Sistema S. Tal informação pode apontar

27 DELAGNELLO, L. *O melhor da rede GIFE*, 2006. p. 110.

em dois sentidos diferentes: por um lado, pode significar o reforço da percepção anotada na análise da tabela 15, que apontava a estratégia da articulação dos atores para a estruturação de redes; por outro, pode significar que “muitas vezes, as organizações de origem empresarial buscam recursos de outras empresas e fundações internacionais para seus programas e atividades, e, portanto, na verdade, competem pelos recursos existentes”²⁸.

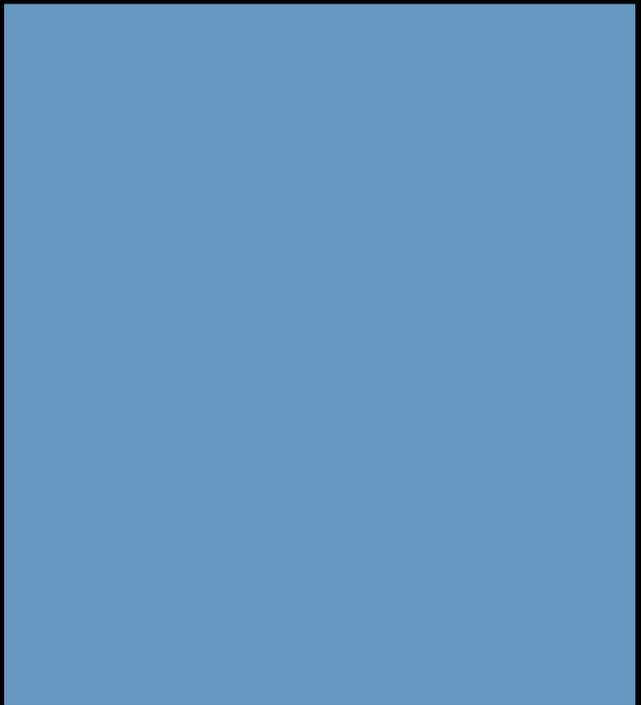
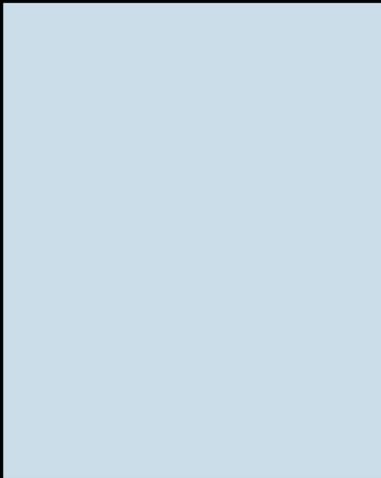
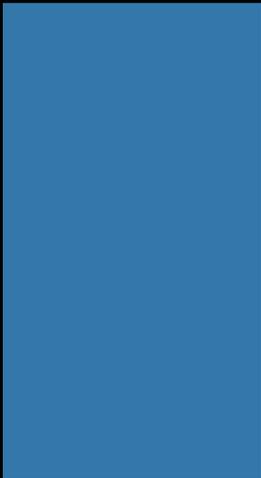
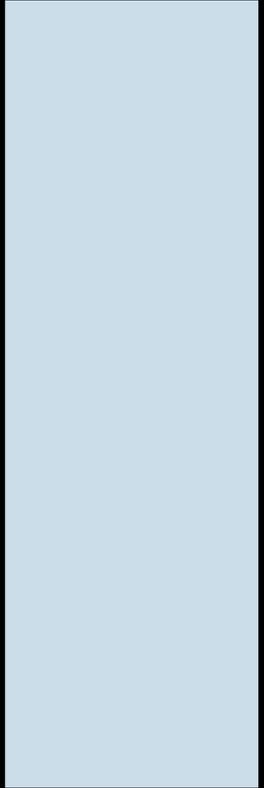
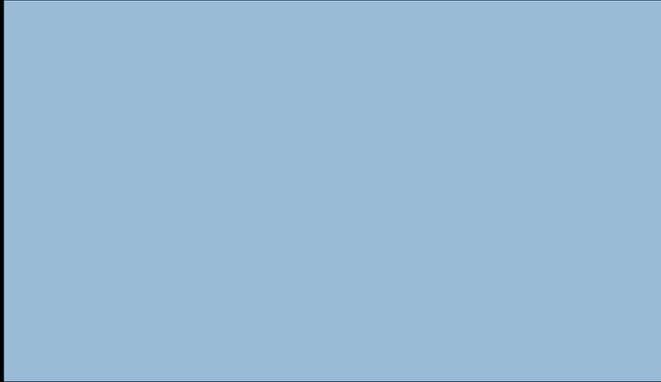
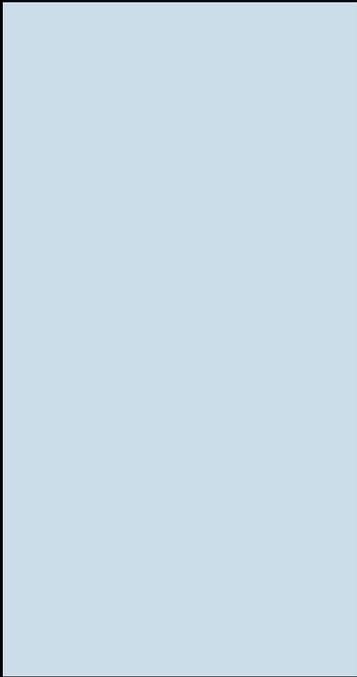
Cabe ressaltar que na categoria *outros* houve 6 citações relativas à Universidade, reforçando, talvez, a tese de que há entre os associados do GIFE uma disposição para colaborar com a produção e disseminação de conhecimento a respeito da juventude.

Tabela 17. Onde são realizados os projetos/programas voltados ao jovem

	Qtd.	%
ONGs/Organizações de base comunitária	35	63%
Escola pública	30	54%
Espaços próprios do investidor	23	41%
Espaços públicos	22	39%
Centros de juventude	10	18%
Escola privada	7	13%
Instituições religiosas	3	5%
Instituições de saúde	0	0%
Outros	5	9%
Respondentes: 56		

Múltiplas respostas

8. Resultados



Como já dissemos anteriormente, os respondentes avaliam, em sua maioria, estar causando um impacto positivo na vida dos jovens beneficiados, principalmente com relação a chances de acesso, retorno e desempenho escolar e à profissionalização/capacitação para o trabalho, em alguns casos promovendo sua inserção no mercado de trabalho. Essa percepção sobre a importância das ações para os jovens segue na mesma linha da avaliação que os associados fazem do conjunto de suas ações: 55% avaliam que o impacto causado sobre os beneficiários é positivo, e mais 36% avaliam que ele é muito positivo.

Tabela 18. Principais resultados dos projetos/programas voltados aos jovens

	Qtd.	%
Formação escolar/reinserção na escola/acesso a outros níveis de ensino	17	39%
Inserção no mercado de trabalho/empreendedorismo	13	30%
Formação profissional/facilitação no processo de empregabilidade	12	27%
Atuação/participação/intervenção social dos jovens	9	20%
Capacitação de profissionais que trabalham com jovens	4	9%
Inclusão digital	4	9%
Meio ambiente	4	9%
Valores e comportamento	4	9%
Elevação da autoestima	4	9%
Específicos	4	9%
Diminuição dos riscos ou índice de riscos/marginalidade/violência	3	7%
Melhora do relacionamento com a família	3	7%
Outros	4	9%
Respondentes: 44		

Múltiplas respostas

Os resultados citados relativos à educação são apresentados, normalmente, de duas formas: a citação de números ou porcentagens de jovens inseridos/reinseridos

na escola ou que tiveram acesso a níveis superiores ao que tinham quando ingressaram no projeto; ou a observação da qualidade da formação educativa recebida, chamando a atenção para a dimensão da formação integral e dos atributos alcançados pelos jovens no processo educativo recebido. Também é importante notar que na maior parte dos outros resultados citados ressalta-se, conjuntamente, algum aspecto de dimensão formativa dos jovens (no tema específico da ação – como formação de *trainees* para atuação na questão ambiental – ou, em geral, como formação para a cidadania). Cabe, porém, ressaltar que, efetivamente, pode ser muito diversificada a qualidade dos resultados obtidos, uma vez que muitos dos projetos trazem inovações educacionais importantes, mas outros se mantêm como “projetos assistencialistas que estão mais preocupados em ‘ocupar’ crianças e jovens do que promover a aprendizagem efetiva”²⁹.

Com relação à formação profissional, os termos mais presentes são a “capacitação” ou “qualificação profissional”, embora também apareçam duas citações de “empregabilidade”. Essa dimensão vem normalmente acompanhada do resultado registrado como “inserção profissional”, normalmente numa equação que pode ser exemplificada pela resposta de um associado: “qualificação profissional para disputa de vagas no mercado de trabalho” ou, simplesmente, “inserção no mercado de trabalho”. Ao contrário dos resultados referentes à inserção escolar, neste caso apenas dois associados especificam a quantidade ou porcentagem de jovens empregados.

O eixo que relaciona jovens e trabalho é, como pudemos perceber, um dos que têm atraído, crescentemente, o interesse do terceiro setor, inclusive dos associados do GIFE. Mas é, também, um dos temas mais polêmicos no debate relativo ao modo de enfrentar as questões colocadas para os jovens no nosso país. Embora existam muitos dados sobre a situação ocupacional dos jovens e um número crescente de ações nesse campo, ainda existem muitas carências na interpretação, no estabelecimento de diretrizes de ação mais consistentes e diversificadas e na avaliação dos resultados, além de muitas divergências em todas essas dimensões, o que significa a necessidade de um debate mais amplo e aprofundado.

As divergências sobre a interpretação dos dados relativos à inatividade e ao desemprego recaem tanto sobre as causas como sobre os significados de tais experiências para a vida juvenil. Por exemplo, há quem interprete o aumento dos índices de inatividade entre os jovens como consequência da maior permanência na escola; e há quem aponte o fenômeno do desalento: jovens que simplesmente desistem de buscar inserção depois de longos períodos de tentativas frustradas.

29 DELAGNELLO, L. *O melhor da rede GIFE*, 2006. p. 111.

O peso da escolaridade também é um ponto que suscita debates: enquanto, como vimos, é constante a alegação no meio empresarial de que não encontram jovens com a qualificação necessária para ocupar os postos de trabalho em suas empresas, percepção corroborada por muitas análises diagnósticas, que apontam o baixo nível de escolaridade como um dos entraves para o desenvolvimento do país³⁰, outros analistas demonstram que o desenvolvimento do perfil ocupacional da força de trabalho no país (que tem criado principalmente postos desqualificados) não está sendo capaz de absorver a crescente escolarização dos jovens trabalhadores, o que aparece nos dados que indicam que o desemprego juvenil tem crescido principalmente entre aqueles com maior escolaridade.

Por outro lado, há autores que analisam assim os motivos que levam os empresários a contratar ou não contratar jovens: segundo Cacciamalli e Braga, a força de trabalho juvenil se torna interessante para o mercado em virtude de seu menor custo em relação à força de trabalho adulta, assim como pela sua menor capacidade de organização, baixo poder de reivindicação e habilidades específicas³¹. E é vista como desvantagem, segundo Corrochano, pelas características relacionadas à pouca disciplina, à instabilidade e à possibilidade de abandonar o emprego a qualquer momento³². A interpretação do significado da alta rotatividade entre os jovens é outro ponto polêmico: ela se deve à precariedade dos postos destinados aos jovens, aliada à falta de proteção legal para esse segmento, ou à postura comportamental dos jovens e às características de sua atitude perante o trabalho, que envolve experimentação e interesses focados em ganhos momentâneos de renda³³?

Com relação às diretrizes, a grande polêmica se faz, em primeira instância, entre as posições que buscam formular ações de apoio à entrada no mundo do trabalho e as que procuram postergar essa entrada o máximo possível, enquanto se busca garantir sua continuidade nos estudos, visando sua colocação no mercado somente a partir de uma escolaridade mais alta. E há, também, posições que afirmam a necessidade de não apostar em uma só dessas diretrizes, mas em várias alternativas e na combinação entre elas.

Com relação às formas de apoio à inserção no mundo do trabalho, uma alternativa que vem surgindo com peso também no plano das políticas públicas, mas principalmente estimulada por experiências no terceiro setor, é a linha do “empreendedorismo juvenil”, adotada por muitos dos associados do GIFE como linha de ação para jovens, como

30 Ver, por exemplo, BARROS, R. P. Estado da nação, capítulo VII. IPEA, 2005.

31 CACCIAMALLI, M. C.; BRAGA, T. Política e ações para o combate ao trabalho infantil no Brasil apud Ação Educativa. *Percursos Juvenis*, 2008 (no prelo).

32 CORROCHANO, M. C. Jovens olhares sobre o trabalho: um estudo sobre os jovens operários de São Bernardo do Campo (dissertação de mestrado, Educação, USP) apud Ação Educativa. *Percursos Juvenis*, 2008 (no prelo).

33 Para este debate, ver, entre outros autores: Felícia Madeira, Ricardo Paes de Barros, Maria Carla Corrochano.

vimos na tabela 14, na página 41. Antônio Carlos Gomes da Costa, um dos divulgadores desse conceito, explica deste modo a necessidade de criar alternativas diferenciadas: a reconfiguração do mundo do trabalho e a precarização do emprego exigem que os jovens “considerem outras alternativas de iniciação na vida produtiva, como: o autoemprego; a abertura de micro e pequenos negócios; o trabalho cooperativo e associativo; a atuação remunerada em organizações do terceiro setor; a ocupação rural não agrícola desenvolvida a partir de pequenas propriedades”.

Esse conceito deve, nesta proposição, reorientar as diretrizes da formação profissional: “Esse quadro exige que os jovens adquiram uma nova maneira de ver, entender, sentir, agir e interagir diante do mundo do trabalho; então, para ressignificar seu posicionamento diante do trabalho, os adolescentes e jovens precisam reposicionar-se diante da vida. O empreendedorismo, no interior desse quadro, emerge como o desenvolvimento de uma atitude básica proativa e construtiva diante da vida como um todo e, de modo particular, diante do trabalho”³⁴. Essa linha de ação tem encontrado críticas principalmente pelo fato de permitir que se transfira para o indivíduo a responsabilidade pelo desemprego e pela sua superação³⁵.

Em relação aos impactos e resultados desses eixos de ação, é preciso avançar muito ainda em termos de pesquisa e debate, e avaliar de que modo essas informações podem ajudar a reorientar as diretrizes traçadas até o momento. Estudo recente do IPEA, que faz um balanço das políticas voltadas para buscar responder à questão do trabalho dos jovens, alerta para o fato de que, embora sejam instrumentos importantes para a construção de itinerários ocupacionais dos jovens, é questionável a eficácia das políticas de formação profissional, sozinhas, para a redução significativa do desemprego juvenil, que se deve, fundamentalmente, à falta de geração de postos de trabalho suficientes para abrigar toda a população trabalhadora³⁶.

Outro alerta importante que esse estudo traz é com relação à aposta em linhas que visam facilitar aos jovens o estabelecimento de negócios próprios (chamado genericamente de empreendedorismo juvenil): segundo a análise do IPEA, “os resultados ainda são muito questionáveis, em parte por conta das dificuldades inerentes à manutenção de pequenos negócios, da atratividade reduzida desta experiência para muitos jovens em função do grau de compromisso que implica, e do risco de que estes empreendimentos acabem reproduzindo as práticas de trabalho informal e precário das comuni-

34 GOMES DA COSTA, A. C. Educação para o empreendedorismo: uma visão brasileira. In: NOVAES, R.; VANNUCHI, P. (Orgs.). *Juventude e sociedade: trabalho, educação, cultura e participação*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004.

35 Ver entrevista de Marcio Pochmann, “Adolescentes e Jovens do Brasil: participação social e política” (Instituto Ayrton Senna, F. Itaú Social, UNICEF. Brasília, 2007).

36 IPEA, 2008. p. 50.

dades em que moram. Ademais, da mesma forma que a demanda por emprego assalariado, as chances de sucesso no autoemprego ou na abertura de um negócio próprio também dependem do ambiente macroeconômico. Portanto, não parece que este tipo de iniciativa tenha potencial para se tornar uma alternativa ao emprego assalariado para os jovens”³⁷.

Sem dúvida, esse debate está profundamente relacionado ao modo como se entendem as questões relativas ao desenvolvimento do país, à organização econômica e social, ao papel do Estado e à função das políticas públicas. Como se torna um eixo importante para os associados do GIFE no que se refere ao seu interesse pela juventude, talvez se tenha que aprofundar o debate interno, assim como com os outros atores, para o clareamento das posições que cada um deseja tomar nesse campo.

Uma das questões que podem ser colocadas é aquela das relações entre as empresas mantenedoras e os institutos e fundações que realizam a ação social, uma vez que fica claro, pelo debate anteriormente apresentado, que, com relação à inserção profissional dos jovens, uma parte importante da responsabilidade cabe ao primeiro setor.

54 Um dos desafios a serem enfrentados é observar até que ponto os objetivos e as diretrizes traçados pelas instituições de investimento social afetam a postura de suas empresas mantenedoras – ou são afetados por ela –, bem como se estão afinados uns com os outros³⁸. Pode-se ainda observar se as posturas assumidas pelos associados do GIFE nos espaços de debate sobre políticas públicas de Juventude encontram ressonância na postura que as empresas mantenedoras assumem no debate sobre o desenvolvimento do país, sobre a legislação trabalhista etc.

Outra linha significativa de resultados é aquela reunida sobre o item de participação/atuação social/protagonismo, citado por 9 associados. Aqui vale notar que são, normalmente, as respostas mais extensas, em que se percebe o esforço, por parte de alguns associados, em especificar e qualificar o resultado obtido nesse campo. Em alguns casos, a expressão “jovens protagonizando ações” parece autoexplicativa; em outros, faz-se questão de assinalar que o resultado é o desenvolvimento autônomo ou a concretização de projetos desenvolvidos pelos jovens. Há citações explicitando que tal atuação cumpre uma função de contrapartida do jovem beneficiado por outras ações. Há, também, um número significativo de resultados que apontam para a inclusão dos jovens na vida coletiva dos bairros, da comunidade ou da cidade ou, ainda, no “desenvolvimento de suas comunidades”. E há três citações que sublinham a participação em associações ou orga-

37 IPEA, 2008. p. 53.

38 Neste sentido, cabe destacar o Portal Busca Jovem, site sobre empregabilidade e juventude desenvolvido pelo Grupo de Afinidade em Juventude (GAJ), do GIFE, com apoio de 11 grandes investidores sociais. Sua proposta é promover a convergência entre organizações sociais que formam jovens para o mercado de trabalho e empresas que querem contratá-los. Mais informações em www.buscajovem.org.br.

nizações coletivas como resultado positivo do projeto. Pode-se dizer que a participação e o fortalecimento da cidadania e da cultura democrática são diretrizes que buscam se colocar a partir da influência de alguns autores com forte referência nesse campo, como Bernardo Toro: “É função do terceiro setor, no seu conjunto, construir formas de intervenção social democráticas, que convertam os atores sociais em sujeitos sociais, ou seja, cidadãos”³⁹. Mas a diferença na consideração dos resultados obtidos revela, também, que a noção de democracia e participação também encontra disputa de significados, que se reflete mas também se acentua no debate exterior ao grupo considerado.

Uma série de outras respostas agrega a observação de mudanças comportamentais dos jovens, desde “aquisição de valores” e mudanças gerais de comportamento, ou mudanças na relação com a família, até a diminuição de fatores que levam a situações de risco e envolvimento com a violência. Tais respostas indicam que a questão comportamental dos jovens ainda é um dos fatores mais relevantes para os associados na estruturação da sua ação em direção a eles. De certo modo, essas respostas reforçam teses muito correntes na opinião pública e na tradição da atenção aos jovens que orientam o esforço para a contenção, prevenção ou resgate das inúmeras situações de desvio e delinquência às quais os jovens são mais vulneráveis⁴⁰.

Resultados relativos à inclusão digital aparecem associados a outros, e os relativos a meio ambiente aparecem de forma mais específica, na maior parte como resultados de projetos estruturados em torno desse tema.

Cabe notar, aqui, que cultura e arte, que aparecem com significação entre as linhas de ação, praticamente não aparecem como resultados, reforçando a percepção já levantada em outros estudos de que a cultura é vista muito mais como uma ferramenta de aproximação e trabalho com os jovens, auxiliar para outros fins, do que como um direito ao qual eles devam ter acesso.

Tabela 19. Como são aferidos os resultados dos projetos/programas voltados ao jovem?

	Qtd.	%
Coleta e sistematização das informações sobre resultados obtidos	48	86%
Visitas e entrevistas periódicas aos beneficiários	28	50%

39 TORO, B. In: IOCHSPE, E. *Terceiro setor: desenvolvimento social sustentado*. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

40 Ver ABRAMO, H. A tematização social da juventude. In: ANPED, 1997.

	Qtd.	%
Sistemas de comparação antes/depois das ações ou projetos/programas	26	46%
Coleta e sistematização das informações sobre custos/despesas	23	41%
Grupos focais e/ou análises qualitativas	16	29%
Sistemas de comparação com grupos de controle	6	11%
Benchmarking	4	7%
Outros	3	5%
Respondentes: 56		

Múltiplas respostas

56

Os sistemas de avaliação dos resultados também variam, mas permitem perceber um esforço por ouvir os beneficiários em visitas, entrevistas e grupos focais e por métodos qualitativos de análise, não se restringindo ao levantamento de informações relativas a custo e despesa. Outro dado significativo é a presença de processos de *sistematização dos dados levantados e dos resultados obtidos* (que são realizados por 86% dos associados), reforçando a percepção já anotada de que os associados se dedicam a uma reflexão a respeito da própria atuação, o que pode ser muito importante para a qualificação de sua ação.

Tabela 20. Duração do acompanhamento pós-programa, por perfil de investimento

	3 meses	6 meses	12 meses	2 anos	10 anos	Outros/ não respondeu	Total
É base	1	-	2	1	1	2	7
É parte	-	2	4	2	-	1	9
Varia	-	2	1	1	-	1	6
Respondentes	1	4	7	4	1	4	22

Resposta única

O acompanhamento dos jovens pós-programa, que tem sido assinalado como um dos instrumentos mais importantes para a avaliação dos impactos das ações sobre os jovens⁴¹, ainda é pouco acionado pelos associados: dos 56 que responderam investir em programas especificamente para jovens, menos da metade (apenas 22 instituições) faz acompanhamento. Dos que o fazem, 1/3 acompanha por um ano. Incrementar a análise com este tipo de instrumento pode significar um avanço importante na interpretação dos efeitos concretos que estas ações têm imprimido à vida dos jovens, às suas trajetórias; pode, assim, ajudar a iluminar o debate sobre as diretrizes de apoio à inclusão dos jovens, que se constitui, como assinalamos antes, no principal motivo e objetivo das ações que dão forma ao investimento social dos associados do GIFE que se interessam pela juventude.

41 CORROCHANO, M. C. "O trabalho e sua ausência: narrativas de jovens no Programa Bolsa-Trabalho no município de São Paulo" (tese de doutorado, Educação, USP, 2008).

9. Considerações finais

Em resumo, podemos dizer que o interesse do terceiro setor na Juventude é grande. Interesse que se traduz no Investimento Social Privado em ações para jovens, de execução direta ou indireta dos institutos, fundações e empresas, mas também – pelo menos no caso dos associados do GIFE – na busca de influenciar a “agenda” da Juventude, por meio da formulação de diretrizes de ação para o terceiro setor e do debate e direcionamento das políticas públicas.

Neste sentido, parece importante desenvolver a análise a respeito dos resultados, mais a longo prazo, das ações desenvolvidas, sob o ângulo das proposições contidas nessas diretrizes, assim como do impacto político de suas intervenções.

Os dados levantados no Censo GIFE são instigantes para iniciar este balanço sobre o panorama do Investimento Social Privado em Juventude, para localizar alguns temas que precisam ser aprofundados e também para formular novas questões.

Diante do estabelecimento de um campo de política de Juventude no Brasil, também parece importante debater e talvez re-equacionar o papel do terceiro setor diante do Estado, discutindo não somente a possibilidade de parcerias, mas o modo como suas ações podem se alinhar com as políticas públicas desenvolvidas, principalmente nos temas do trabalho, da educação e da cultura – que, na atual conjuntura, emergem como os mais necessários ao desenvolvimento de eixos estruturantes para a vida dos jovens.

Assim, se reconhecemos um acúmulo razoável de debate sobre a educação, com formulação de diretrizes e vários processos de avaliação, parece que, no tema do trabalho, há ainda muito o que desenvolver, não somente em termos de conhecimento, como de polêmicas que precisam ser enfrentadas, requisitando maior análise para a fundamentação das posições envolvidas. Por exemplo, além da evidente necessidade de apoio à formação e qualificação dos jovens, o que pode ser feito a respeito da qualidade do emprego oferecido a eles?

Por outro lado, o plano da cultura, elemento muito presente nas modalidades de ações dirigidas aos jovens, ainda parece tíbio em termos de formulação como um direito que deve ser assegurado, e para o qual faz sentido alocar investimentos estruturadores.

Neste sentido, também é importante aprofundar a perspectiva sobre o quanto os diversos atores dialogam com as demandas da juventude e as incorporam na definição de seus objetivos. E, em relação ao protagonismo juvenil, que aparece como uma das marcas da atuação deste grupo, cabe perguntar sobre os desdobramentos mais precisos e concretos desta noção: que espaços de participação têm sido abertos para os jovens, inclusive no desenvolvimento das ações dos associados?

Outra questão diz respeito ao modo como os associados pensam seu papel no campo de atuação sobre a juventude, e em que tipo de relações querem investir. Além

da relação com o Estado, como se projeta a perspectiva da relação com os demais atores da sociedade civil? A tendência é o desenvolvimento da ação direta com os jovens, ou também envolve o apoio aos demais atores sociais do tema em questão, como as ONGs, as entidades de defesa e as próprias organizações juvenis?

É porque ainda há muito o que conhecer, debater e avaliar que esperamos que esta seja somente a primeira de várias publicações a empreender este balanço do Investimento Social Privado em Juventude, para que se possa acompanhar sua evolução no tempo.

Associados que integram o GAJ – Grupo de Afinidade em Juventude

Basf

Citigroup

Comgás – Companhia de Gás de São Paulo

Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança

Fundação Bunge

Fundação lochpe

Fundação Itaú Social

Fundação Roberto Marinho

Fundação Tide Azevedo Setúbal

Fundação W.K. Kellogg

62

Instituto Ayrton Senna

Instituto Hedging-Griffo

Instituto ibi de Desenvolvimento Social

Ismart – Instituto Social Maria Telles

Instituto Unibanco

Instituto Votorantim

Oi Futuro

United Way Brasil

O GAJ reúne-se periodicamente para trocar experiências e informações, refletir sobre conceitos e políticas, definir estratégias e alianças. As organizações acima frequentam os encontros presenciais e, junto a outros associados do GIFE, participam da lista de discussão virtual do grupo.

Conheça também outras iniciativas do Grupo de Afinidade em Juventude



www.gife.org.br



www.buscajovem.com.br

