



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA - UFPB
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES - CCHLA
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
LICENCIATURA EM CIÊNCIAS SOCIAIS

MIRELLA DA LUZ PARENTE SAMPAIO

**GERAÇÃO Z NO BRASIL: FORMAÇÃO DE IDENTIDADE, DESAFIOS
SOCIOCULTURAIS E PARTICIPAÇÃO SOCIAL EM UM CONTEXTO DE
TRANSFORMAÇÃO**

JOÃO PESSOA - PARAÍBA

2024

MIRELLA DA LUZ PARENTE SAMPAIO

**GERAÇÃO Z NO BRASIL: FORMAÇÃO DE IDENTIDADE, DESAFIOS
SOCIOCULTURAIS E PARTICIPAÇÃO SOCIAL EM UM CONTEXTO DE
TRANSFORMAÇÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Coordenação do Curso de Ciências Sociais da
Universidade Federal da Paraíba, como forma e
cumprimento das exigências para obtenção do grau de
Licenciatura em Ciências Sociais.

Orientador: Marcelo Burgos

JOÃO PESSOA - PARAÍBA

2024

FICHA CATALOGRÁFICA

Catálogo na publicação Seção de Catalogação e Classificação

S192g Sampaio, Mirella da Luz Parente.

Geração Z no Brasil: formação de identidade, desafios socioculturais e participação social em um contexto de transformação / Mirella da Luz Parente Sampaio. - João Pessoa, 2024.

69 f. : il.

Orientador: Marcelo Burgos.

TCC (Graduação) - Universidade Federal da Paraíba/Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, 2024.

1. Geração Z. 2. Identidade geracional. 3. Posicionamento sociocultural. I. Burgos, Marcelo. II. Título.

UFPB/CCHLA

CDU 304.5

MIRELLA DA LUZ PARENTE SAMPAIO

**GERAÇÃO Z NO BRASIL: FORMAÇÃO DE IDENTIDADE, DESAFIOS
SOCIOCULTURAIS E PARTICIPAÇÃO SOCIAL EM UM CONTEXTO DE
TRANSFORMAÇÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Coordenação do Curso de Ciências Sociais da
Universidade Federal da Paraíba, como forma e
cumprimento das exigências para obtenção do grau de
Licenciatura em Ciências Sociais.

DATA DE APROVAÇÃO:

BANCA EXAMINADORA

Orientador Prof.

Universidade Federal da Paraíba

Membro examinador

INSTITUIÇÃO

Membro examinador

INSTITUIÇÃO

Membro examinador

INSTITUIÇÃO

AGRADECIMENTOS

Quando menor, sonhei muitas coisas. Quando pensava em uma profissão, havia muitas incertezas. Quando conquistava algo, sabia que tinha muitos obstáculos pela frente. Quando me dei conta, perdi-me. Quando me reencontrei, não era sobre profissão, era sobre missão. Era sobre ser intermédio do desvelo. Era e sempre foi sobre enxergar uma equidade frágil, um acesso arrevesado e uma juridicidade parcial; mas com uma inquietude de agir perante o visto. Expresso minha mais profunda gratidão às Ciências Sociais e ao corpo docente os quais me concederam a lupa e o impulso de ser propósito em nossa sociedade.

Em continuidade aos agradecimentos, aos meus amigos, Paula Lima e Emanuel Soares, os quais fizeram o percurso mais sereno, meu muito obrigada.

Sobre reconhecimento, palavras falham ao expressar o quanto minha família representa minha força motriz; o pilar que sustenta meus sonhos. Sem eles, meus sonhos não teriam asas, minha jornada seria em vão. Juntos, conhecemos o labirinto de caminhos que trilhamos até aqui, como também, a certeza de sempre unidos e inseparáveis. Obrigada, meus pais Catarina Elma e José Wellington. Obrigada por tanto, as minhas irmãs, Karina Maria e Bruna Sampaio. Obrigada, minha querida e tão amada, avó Afra Pires.

De imensurável importância, agradeço ao meu esposo André Luiz, pelo companheirismo que percorre nosso caminho, pela admiração que me impulsiona e pelos sonhos que compartilhamos. Além disso, expresso meu profundo agradecimento à sua família, que sempre compartilhou conosco momentos de alegria e apoio.

Por fim, agradeço com todo meu coração, ao meu amigo Duncan Mackinder, o qual proporcionou o questionário deste trabalho alcançar várias regiões, por meio de sua influência na internet. Bem como, a todos os jovens que participaram do formulário na busca de serem compreendidos e enxergados como protagonistas de sua sociedade.

“Não é o mais forte que sobrevive, nem o mais inteligente, mas o que melhor se adapta às mudanças.”

- Charles Darwin

RESUMO

A abordagem das diversas gerações está associada a questões culturais, sociais, econômicas e políticas, o que permite entender a evolução dos grupos geracionais, culminando na Geração Z. A disseminação da tecnologia destaca-se como um fator distintivo para essa geração, influenciando a forma como os indivíduos interagem e reagem aos acontecimentos. Este estudo analisa o comportamento e o viés ideológico da Geração Z, com o intuito de compreender o papel dessa geração na sociedade contemporânea. Embora a pesquisa tenha adotado predominantemente uma abordagem quantitativa, foi realizada também uma pesquisa bibliográfica para embasamento teórico, permitindo uma análise mais aprofundada. A pesquisa, de natureza descritiva e exploratória, teve como objetivo explicar os padrões de comportamento dessa geração. O estudo foi conduzido por meio da aplicação de um survey estruturado, respondido por trezentos e oitenta e três indivíduos nascidos entre 1995 e 2010, com a coleta de dados realizada online e amplamente divulgada por meio de redes sociais e influenciadores digitais. A análise dos dados foi descritiva, identificando tendências de engajamento político e influências socioculturais entre os jovens da Geração Z.

Palavras-Chave: Geração Z, Identidade geracional, Posicionamento sociocultural.

ABSTRACT

The approach to various generations is associated with cultural, social, economic, and political issues, which allows us to understand the evolution of generational groups, culminating in Generation Z. The spread of technology stands out as a distinctive factor for this generation, influencing how individuals interact and respond to events. This study analyzes the behavior and ideological bias of Generation Z, aiming to understand the role of this generation in contemporary society. Although the research predominantly adopted a quantitative approach, a bibliographic review was also conducted to provide theoretical grounding, allowing for a more in-depth analysis. The research, descriptive and exploratory in nature, aimed to explain the behavioral patterns of this generation. The study was conducted through the application of a structured survey, answered by three hundred and eighty-three individuals born between 1995 and 2010, with data collection carried out online and widely disseminated through social media and digital influencers. Data analysis was descriptive, identifying political engagement trends and sociocultural influences among Generation Z youth.

Keywords: Generation Z; Generation identity; Sociocultural positioning.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1: Idade dos jovens respondentes	43
Gráfico 2: Identificação em relação à raça/cor	44
Gráfico 3: Gênero	45
Gráfico 4: Renda familiar	45
Gráfico 5: Ações que o respondente concorda ou não	51
Gráfico 6: Valores fundamentais de um líder político	52
Gráfico 7: Meios que propiciam informações políticas e geram influência	54
Gráfico 8: Posicionamento pessoal sobre circunstâncias brasileiras	56
Gráfico 9: Interesse em assuntos políticos	56
Gráfico 10: Temas que propiciam preocupação	57
Gráfico 11: Sentimento de pertencimento	58
Gráfico 12: Envolvimento da Geração Z com a sociedade	59
Gráfico 13: Ações realizadas em posicionamentos sociais e políticos	59

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
1.1 Objeto de Estudo	11
1.2 Objetivos	12
1.3 Justificativa do Trabalho	12
1.4 Organização do Estudo	13
1.5 Metodologia	15
2. COMPREENDENDO A SOCIOLOGIA GERACIONAL	17
2.1 Pensamento Sociológico Sobre Geração	20
2.2 As Gerações Catalogadas por William Strauss e Neil Howe (1991)	22
2.3 Os Coortes Geracionais de William Strauss e Neil Howe no Contexto Brasileiro	27
2.4 Relevância do Estudo Geracional	33
2.5 Comportamento Político das Gerações	34
3. IDENTIDADE DA GERAÇÃO Z NO CONTEXTO BRASILEIRO	38
3.1 O Contexto Político Cultural do Surgimento da Geração Z	39
3.2 Perfil Sociodemográfico: Geração Z, Quem são e como se Comportam?	41
3.3 Identidade da Geração Z: Valores Culturais e Sociais em Debate	46
3.4 Avanços dos Estudos da Geração Z no Brasil: Uma Análise dos Resultados Encontrados	53
CONSIDERAÇÕES FINAIS	62
REFERÊNCIAS	64

1. INTRODUÇÃO

As primeiras décadas do século XXI renovam a atenção ao conceito de gerações nas análises sociológicas, uma vez que as gerações refletem não apenas distinções de classe social, mas também desigualdades de gênero, raça e etnia, além das diferenciações culturais e, especialmente, geracionais. Nesse contexto, as reconstruções e trajetórias sociais das gerações emergem como elementos cruciais para a análise e compreensão das dinâmicas sociais, revelando como cada geração se posiciona e enfrenta os desafios que lhes são impostos.

De acordo com Motta e Weller (2010), o termo gerações assumiu um caráter mais comum para registrar manifestações culturais e políticas, que acabaram por se associar também a um aspecto de desenvolvimento tecnológico, principalmente, no contexto contemporâneo de comunicação, contemplando uma noção de geração que se insere em um tempo histórico.

O termo “gerações” envolve diversas interpretações, definindo o papel e a atuação dos indivíduos dentro de seus grupos etários e de socialização ao longo de um determinado período. Dessa forma, o conceito de geração transcende uma simples categorização temporal, revelando as estruturas sociais subjacentes, como as relações de poder vinculadas a gênero e classe social. Sob essa ótica, a vida social pode ser analisada pelas interseções entre idade, gênero, classe e pertencimento a grupos, evidenciando as dinâmicas que moldam o comportamento e a identidade de cada geração.

1.1 Objeto de Estudo

Diante do contexto em que geração representa um momento diferenciado no campo sócio-histórico, gerando transformações em todos os setores de uma nação e de um mundo, seja no campo educacional, científico, tecnológico, político e entre diversos outros, a presente pesquisa tem como foco a Geração Z brasileira, composta por indivíduos nascidos entre 1995 e 2010, que cresceram em uma conjuntura política e social marcada por profundas transformações tecnológicas e digitais. Essa geração, diferente das anteriores, desempenha um papel crucial nas mudanças socioculturais e políticas do país, com influência direta em diversos setores, como a educação, ciência, tecnologia e política.

Entretanto, no Brasil, há uma escassez de estudos aprofundados sobre a teoria geracional no contexto das Ciências Sociais, particularmente no que se refere à Geração Z brasileira e suas características socioculturais e políticas. Essa lacuna se torna ainda mais evidente quando consideramos o papel central que essa geração desempenha nas mudanças contemporâneas. Para abordar essa questão, esta pesquisa se propõe a construir uma base de conhecimento robusta sobre a Geração Z brasileira, associando dados inéditos com referências da literatura. O objetivo é fornecer subsídios que possam embasar futuras estratégias e iniciativas políticas, sociais e educacionais, permitindo um entendimento mais aprofundado sobre os jovens dessa geração no cenário brasileiro.

1.2 Objetivos

O objetivo desta monografia é analisar como as mudanças socioculturais influenciam a construção da identidade e o comportamento da Geração Z no Brasil, com foco nas implicações dessas transformações no contexto digital e tecnológico. A pesquisa busca descrever e explorar os dados coletados de modo a contribuir para um entendimento mais profundo sobre essa geração, fornecendo subsídios que possam apoiar futuras estratégias políticas, sociais e educacionais, além de contribuir para a sociedade ao evidenciar o papel dessa geração nas dinâmicas sociopolíticas e culturais contemporâneas.

1.3 Justificativa do Trabalho

O estudo referente à Geração Z brasileira se justifica perante uma juventude que, atualmente, compreende 20%¹ da sociedade brasileira. De acordo com texto de Savage (2006), esses jovens representam a primeira geração nascida inteiramente em um mundo digital, onde o acesso à internet permeia praticamente todas as esferas de suas vidas. Esse fator os distingue das gerações anteriores e evidencia seu vínculo mais estreito com o ambiente digital.

Essa geração será responsável por moldar as próximas décadas, enfrentando

¹ Informação retirada do site do SEBRAE de 2022. Disponível em <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-e-o-comportamento-do-consumidor-da-geracao-z,6fd256cd6b362810VgnVCM10000d701210aRCRD> acesso em out. 2023.

e buscando soluções para as questões que as gerações anteriores, dos seus pais e avós, não conseguiram resolver. Desse modo, avaliar as características principais desses indivíduos, seu engajamento cívico e político é de suma importância para entender o que os move, assim como sua participação social e política no contexto atual. Contudo, quando se busca informações para entendê-los melhor em relação como são e como se veem dentro do âmbito brasileiro, há uma defasagem em materiais bibliográficos.

Dessa forma, o estudo busca preencher essa lacuna, oferecendo uma base teórica e empírica que servirá de referência para a formulação de futuras estratégias e políticas educacionais e sociais voltadas a esse público. A pesquisa, ao analisar uma amostra diversificada de jovens de diferentes regiões do país, oferece uma contribuição significativa para o entendimento das dinâmicas que influenciam a Geração Z no Brasil.

1.4 Organização do Estudo

O escopo da monografia, após a introdução, é composto pelo primeiro capítulo intitulado “Compreendendo a Sociologia Geracional”, que inicia com uma exposição sobre a sociologia geracional, destacando a importância de entender que os indivíduos coexistem em um tempo específico e que as definições entre uma geração e outra ocorrem dentro de contextos históricos e sociais que precisam ser analisados. Esse capítulo aborda a Fundamentação Teórica, discutindo a literatura sobre sociologia geracional com um foco especial na Geração Z. São explorados conceitos essenciais, com base em autores como Karl Mannheim, Strauss e Howe, além de outros estudiosos que investigaram a relação entre gerações e as mudanças socioculturais. A discussão inclui temas como a construção da identidade sociocultural, o engajamento político e as influências tecnológicas, fornecendo a base teórica necessária para a análise dos dados da pesquisa. Para este capítulo, foi adotada uma pesquisa bibliográfica que investigou a origem da sociologia geracional e os principais teóricos que introduziram o tema. A pesquisa utilizou as plataformas Google Scholar, Scielo e PubMed, em português e inglês, com palavras-chave como “sociologia geracional”, “Geração Z” e “teoria geracional”, permitindo identificar os fundamentos da teoria geracional e aprofundar-se nas obras ao longo do tempo.

O segundo capítulo está organizado em torno da análise da “Identidade da

Geração Z no Contexto Brasileiro”, abordando suas características distintivas, os fatores socioculturais que moldam seu comportamento e a forma como esses jovens interagem com a sociedade e a política. Inicialmente, contextualiza-se a definição da Geração Z, detalhando suas principais características, como a familiaridade com a tecnologia e o individualismo, além das influências culturais e sociais que os afetam. A análise é sustentada por estudos que discutem a relação dessa geração com as mídias digitais e a maneira como essas ferramentas moldam suas interações e visões de mundo.

Em seguida, o capítulo explora o contexto político-cultural que marcou o surgimento da Geração Z, destacando eventos como o ataque de 11 de setembro, a crise financeira de 2008 e o desenvolvimento das redes sociais, eventos que influenciaram significativamente as percepções políticas e sociais dessa geração. O texto aprofunda o comportamento político dos jovens, trazendo à tona estudos comparativos e dados de eleições nos Estados Unidos e no Brasil, abordando a tendência desses indivíduos de se alinharem a ideias mais progressistas.

Esse capítulo também inclui a discussão dos resultados identificados por meio dos dados levantados através de um questionário elaborado e aplicado via Google Forms, como forma de demonstrar o alcance dos objetivos propostos. O questionário foi aplicado a jovens da Geração Z em todo o Brasil, buscando compreender seu comportamento político, social e cultural. São apresentados e analisados dados relativos ao perfil sociodemográfico dos respondentes, suas atitudes em relação à política, cultura, consumo, além de suas percepções sobre o cenário brasileiro e os desafios que enfrentam.

A análise dos resultados do questionário possibilita uma discussão aprofundada sobre as atitudes, valores e formas de participação social desta geração, reforçando a importância de compreendê-los para embasar futuras iniciativas sociais, políticas e educacionais. O capítulo culmina com a construção das considerações finais, apresentando os principais achados e reflexões sobre o impacto dessa geração no cenário brasileiro, permitindo alcançar os objetivos propostos na pesquisa.

1.5 Metodologia

Em 2021, a presente pesquisa teve início com o objetivo de compreender as características distintivas da Geração Z no Brasil, em comparação com gerações

anteriores, especialmente no que se refere à construção de sua identidade sociocultural e posicionamento político em um contexto profundamente influenciado pelas tecnologias digitais. O interesse principal residiu em investigar como essa geração, inserida em um ambiente digital dinâmico, molda seu comportamento e quais implicações isso pode ter para as transformações futuras na sociedade.

A pesquisa adotou uma abordagem mista, combinando a revisão bibliográfica com a aplicação de um survey quantitativo. De acordo com John W. Creswell (2014), uma abordagem mista é eficaz para capturar a complexidade dos fenômenos sociais, pois “integra a profundidade da análise qualitativa com a amplitude de dados quantitativos, possibilitando uma compreensão mais completa”. Essa combinação permitiu a triangulação dos dados, oferecendo uma visão mais rica das percepções e comportamentos da Geração Z. A revisão da literatura seguiu os princípios de Booth, Sutton e Papaioannou (2016), que destacam a importância da revisão sistemática para construir o referencial teórico de uma pesquisa. Foram utilizadas bases de dados acadêmicas como Google Scholar, Scielo e PubMed para mapear os principais teóricos da sociologia geracional. O conceito de geração como um “problema sociológico”, conforme discutido por Karl Mannheim (1952), foi fundamental para compreender a Geração Z como um grupo geracional único, impactado pelas rápidas transformações tecnológicas. Além disso, as ideias de Strauss e Howe (1991), que introduziram a “teoria das gerações”, contribuíram para contextualizar as características comportamentais e políticas dessa geração em relação a outras.

Para a coleta de dados primários, foi desenvolvido um survey quantitativo, composto por 26 perguntas fechadas. Segundo Gray e Silva (2012), o survey “é caracterizado pela aplicação de um questionário padronizado a uma amostra de respondentes com o objetivo de descrever as características de uma população ou de obter respostas a questões específicas”. O questionário estruturado aplicado neste estudo investigou variáveis como faixa etária, condição socioeconômica, engajamento político e influências culturais, sendo distribuído via Google Forms, uma plataforma amplamente utilizada em pesquisas sociais online, garantindo acessibilidade e praticidade. A divulgação foi feita nas redes sociais, com o apoio de influenciadores digitais como Duncan Mackinder, ampliando o alcance da pesquisa e resultando em uma amostra de 383 jovens, nascidos entre 1995 e 2010, de diferentes regiões do Brasil, incluindo comunidades indígenas do Norte.

A análise dos dados foi realizada de maneira descritiva, conforme os princípios

metodológicos de David Silverman (2013), que afirma que “a análise descritiva é essencial para identificar padrões e tendências em pesquisas sociológicas, permitindo uma visão detalhada das variáveis estudadas”. Essa abordagem permitiu captar de forma clara os principais fatores que moldam a visão de mundo da Geração Z no Brasil.

Cabe destacar que a coleta de dados foi realizada em 2021, contudo, a pesquisa foi temporariamente suspensa e retomada em agosto de 2024, por questões pessoais da autora, utilizando os dados anteriormente obtidos para a conclusão da análise. Embora se reconheça a possibilidade de um viés decorrente da divulgação via redes sociais, que poderia favorecer a participação de jovens mais conectados, a diversidade geográfica e sociocultural da amostra contribuiu para minimizar tal impacto.

Além disso, as questões éticas foram rigorosamente observadas durante toda a pesquisa, seguindo as diretrizes propostas por Israel e Hay (2006), que destacam a importância de garantir o anonimato dos participantes e obter consentimento informado. Todos os participantes foram devidamente informados sobre os objetivos do estudo e concordaram em participar voluntariamente.

Assim, a metodologia empregada nesta pesquisa combinou com êxito uma sólida revisão teórica e a aplicação de um survey quantitativo, oferecendo uma visão abrangente sobre a Geração Z no Brasil, especialmente em relação ao seu comportamento sociopolítico e às influências das tecnologias digitais em suas formas de engajamento e construção identitária.

2. COMPREENDENDO A SOCIOLOGIA GERACIONAL

“O que se faz agora com as crianças é o que elas farão depois com a sociedade”.

Karl Mannheim

Dentro do âmbito da sociologia, a concepção que envolve o uso do termo gerações surge com foco ao demonstrar que existem diferenças entre os indivíduos em certos períodos de tempo, sendo essas associadas com distinções de classes, de gêneros, aspectos étnicos e raciais, culturais e geracionais, sendo estas décadas iniciais do século XXI um momento de desafios e conflitos entre gerações.

De acordo com Sousa (2006) se verifica que a sociologia geracional se integra

ao âmbito das sociologias especializadas, que na atualidade surgem como reflexões teóricas dos cientistas sociais, que se voltam a uma abordagem de gerações e as questões sociais presentes na sociedade contemporânea.

Segundo expressam Feixa e Leccardi (2010), as percepções sociais permitem leituras a partir de um tempo existencial e do tempo social, coletivo e histórico, criando assim uma perspectiva de que cada geração tem uma forma de pensar e uma orientação ideológica sendo esse afetado por mudanças e permanências de acordo com enfoques sociais e culturais, de maneira que as percepções sobre a juventude e sobre como esse jovem, na atualidade deste século, se apresenta politicamente e se posiciona surgem como um aspecto relevante de estudo.

Os meios contemporâneos de comunicação propiciaram a disseminação do termo gerações, sendo muitas vezes esse associado com manifestações culturais, como se pode exemplificar em uso de geração hip-hop, e a geração caras pintadas que se vincula com movimento político, podendo, inclusive, tal termo surgir associado com desenvolvimentos tecnológicos. Entretanto, esses registros demonstram estudos que seguem uma perspectiva de geração isolada ou separada de outras gerações em um tempo histórico.

Segundo registros de Bauman (2007), a noção de geração implica uma sobreposição de existência de indivíduos nos tempos, uma vez que não existe uma definição de fronteiras entre uma e outra e, assim, essas gerações ocorrem em um contexto ambíguo e atravessado e que não deve ser ignorado em observação.

Depreende-se que a noção de geração envolve diversos contextos históricos, que acabam tendo consenso em quadros sociais e políticos particulares, baseados na noção de sucessão ou coexistência de gerações, o que implica em existência, também, de um certo conflito geracional.

É relevante destacar que o conceito de geração foi expresso por Mannhein, ao expor que esse termo se vincula com aspectos biológicos que podem justificar mudanças de pensamento e comportamento social entre a juventude e a velhice. Embora essa concepção seja uma simplificação, ela se associa ao delineamento de um período entre gerações, sendo inicialmente entendido este tempo em 15 (quinze) anos e 30 (trinta) anos.

Com base nos estudos de Mannhein, Barbosa (2017) expõe que se considera uma geração para os indivíduos que crescem em um mesmo tempo e em condições parecidas, uma vez que sofrem as mesmas influências culturais, políticas e sociais,

sendo assim aspectos que não se fundamentam unicamente em tempo cronológico, mas em correspondência ou em similaridade associada com influências.

Baumann (2007) verifica que a sociedade, na atualidade, tem vivido transformações que implicam maior dificuldade para delinear uma geração, visto que certos marcadores geracionais familiares que, de forma geral, definiam cada geração e seus papéis sociais, se encontram desarticulados e acabam sendo misturados em âmbito sociológico, principalmente perante um contexto atual de alterações informacionais em que a sociedade se insere.

Feixa e Leccardi (2010) expressam que a concepção de geração tem sido adaptada para o contexto da sociedade contemporânea, no qual existe uma alteração em áreas demográfica, econômica e cultural, propiciando um processo de hibridização cultural que gera a constituição de novas tendências, especialmente, perante o envelhecimento de uma população que vive um aumento de expectativa de vida, que faz com que se verifique maior contato entre grupos geracionais, criando também um quadro de desigualdades e conflitos geracionais mais presentes.

Dessa análise, verifica-se que ocorre, na sociedade atual, um conflito entre gerações que se projeta para o futuro, tanto na disputa pelo acesso ao poder quanto na manutenção de recursos, resultando em atritos constantes entre jovens e idosos.

Assim, os cortes ou delimitações de gerações, de forma mais particular, acabam sendo realizados em classes de idades, e essas se associam com momentos históricos, nos quais certas distinções de gerações ocorrem como forma de demonstrar inovações para a sociedade e essas se associam com a noção de coincidência e de sobreposições e, ainda, coexistência parcial das gerações, que Baumann (2007) evoca de Ortega y Gasset.

Segundo Maffesoli (2007) a percepção acerca do tema que envolve gerações implica uma forma de convivência e de contaminação entre os grupos sociais, e os cientistas sociais acabam por aplicar categorias importadas da antropologia para se referir a esses grupos, aplicando uma perspectiva genealógica e de posição na organização social, mas na atualidade se tem também uma outra dimensão vinculada com condições sociológicas e políticas, em que as relações entre gerações ocorrem por meio de reconhecimento e de relações de poder.

Seguindo essa mesma abordagem, no texto de Motta e Weller (2010) se encontra que seguindo uma orientação de tradição sociológica, as gerações decorrem de um sentido histórico, e essas se associam com o pertencimento a um grupo. Esse

grupo de pessoas irá compor uma denominada geração e essa se vincula com o ano de nascimento, formando assim um grupo que propicia a compreensão associada com a questão de que os indivíduos de uma mesma geração passam a ter predisposição para uma forma específica de viver e pensar.

Motta e Weller (2010) continuam a exposição sobre o tema gerações, expondo que esse conceito não se desvincula da percepção histórica de tempo cronológico, mas que esse tempo proporciona os mesmos acontecimentos e mesmos conteúdos de vida, implicando que tudo isso pode afetar o mesmo padrão de consciência perante uma condição relacionada com a denominada força social, na qual indivíduos de grupos de idade próximos desenvolvem perspectivas similares sobre certos acontecimentos históricos.

Entretanto, a sociologia geracional compreende também que para existir uma visão de mundo comum entre os indivíduos se faz necessário um processo de conexão geracional, que dos estudos de Mannheim (1893-1947) se verifica como a participação dos indivíduos em uma considerada prática coletiva, cujo foco está em produzir um vínculo geracional.

Nesse sentido, o vínculo geracional decorre de uma conexão e dentro de uma mesma geração podem coexistir distintas unidades geracionais, e essas podem processar o mesmo acontecimento de forma diferente, aspectos que demonstram a relevância deste tipo de estudo e permitem expor que a análise desses atores coletivos em um processo de constituição de uma geração, proporciona perceber as relações existentes em circunstâncias históricas, políticas, e sociais nas quais essas gerações se inserem.

Motta (2010) expressa que as relações sociais e políticas proporcionam entender as posições geracionais em um tempo existencial e social, sendo esse coletivo e que implica tendências que podem impulsionar mudanças ou permanências. Assim, é relevante compreender os diversos pensamentos sociológicos que envolvem o tema gerações.

2.1 Pensamento Sociológico Sobre Geração

As diversas sociedades existentes, ao redor do mundo, de tempos em tempos recebem jovens adultos que começam a fazer parte das decisões do dia a dia de seu

corpo social². Os indivíduos, desse novo grupo que sucede, surgem com uma bagagem advinda grupos geracionais anteriores, incluindo as heranças culturais³. Desse modo, como será explicado, são os processos históricos e as experiências vivenciadas, bem como sentidas, que moldarão, em partes, a forma que esses jovens adultos adentram como protagonistas de uma sociedade.

A ideia da teoria geracional ficou amplamente conhecida por meio do sociólogo Mannheim (1893-1947), que é considerado o fundador da abordagem moderna do tema gerações⁴. Entretanto, é válido ressaltar que esse termo é explorado desde o velho testamento (Gênesis), em função da linhagem de Abraão, como afirma Faustini (2013). Adiante, também bastante utilizado em termos genealógicos até a chegada de Augusto Comte (1798-1857) em 1830, que começa a aperfeiçoá-lo para os termos sociológicos (científicos), mesmo ainda considerando o tempo cronológico como fator determinante.

De Comte em diante, surgem diversos autores que abordaram a temática, como John Stuart Mill (1806-1873); Giuseppe Ferrari (1812-1876); Wilhelm Dilthey (1833-1911), Ortega y Gasset (1883-1955); François Mentré (1877-1950) e Julián Marías (1914-2005). Contudo, neste capítulo não será o enfoque o percurso do termo, mas sim, os conceitos que são aceitos para a data presente e a compreensão de sua importância. Dessa maneira, os estudos acadêmicos e o pensamento de autores que agregam a proposta do trabalho, por meio de seus argumentos estruturados, serão compartilhados ao longo dessa monografia.

Por conseguinte, retornando à definição principal, para Mannheim (1892) a concepção de geração se estabelece a partir de como o sentido social e histórico reflete em grupos de jovens com a mesma faixa etária. Portanto, para além da mesma posição cronológica, fazer parte de um grupo geracional comum é vivenciar experiências correspondentes e mais, processar os acontecimentos de forma equivalente, como expõe Mannheim (1982, p. 73):

[...] O fenômeno social da 'geração' não representa nada mais que um tipo

² Corpo social pode ser compreendido como uma rede de relacionamentos sociais, podendo ser ainda um sistema institucional, por exemplo, uma sociedade anônima.

³ Entende-se por herança cultural o conjunto de valores, tradições, costumes, crenças e conhecimentos transmitidos de geração em geração dentro de uma determinada sociedade. Essa herança é passada através da educação, da convivência familiar, das instituições sociais e das manifestações culturais, sendo responsável por moldar a identidade de um povo e preservar sua história e tradições.

⁴ Informação extraída do artigo "Conceito de geração nas teorias sobre juventude" (Feixa e Leccardi, 2010).

particular de identidade de situação, abrangendo 'grupos etários' relacionados, incrustados em um processo histórico-social (Mannheim, 1982, p. 73).

Dessa maneira, as gerações são estabelecidas a partir de ligações bibliográficas que se fundem com os acontecimentos históricos, incluindo como se portam aos acontecimentos, e heranças culturais/sociais passadas. Seemiller (2019) afirmam que as influências das gerações anteriores impactam na forma que esses jovens compreendem o mundo ao seu redor, uma vez que o DNA social é acompanhado do início da formação dessas crianças por meio dos valores e as crenças advindas da visão de mundo dos familiares e indivíduos mais velhos que os cercam.

Do texto de Seemiller (2019, p.28) se verifica que:

As gerações mais velhas desempenharam um papel na formação do contexto das gerações futuras, pois foram elas que tomaram as decisões políticas que tiveram efeitos duradouros. Eles também foram os únicos a inventarem a tecnologia que impactou o funcionamento da sociedade, bem como lançou as bases para mais inovação hoje. E suas perspectivas criaram as questões sociais que as gerações mais jovens precisam enfrentar (Seemiller, 2019, p. 28 – tradução nossa).

É oportuno salientar que essas influências sempre estão associadas a um distanciamento em relação aos acontecimentos originais, portanto, a assimilação das crenças e valores transmitidos pelas gerações mais velhas para as mais novas são modificadas e reconfiguradas. Para Mannheim (1992, p.78), é importante frisar esse aspecto, pois para a sociedade continuar a existir, a “recordação social é tão importante quanto o esquecimento e a ação a partir do zero”. Como também, a dialética ocorre de maneira mútua, isto é, as trocas de processos sociais e aprendizados são transições contínuas entre as gerações.

Dessa forma, as gerações nascem umas das outras na tarefa bidimensional⁵ de receber o que foi vivido, como as crenças, os acontecimentos históricos, as leis, as ideias e tantos outros aspectos da sociedade. Como em contraponto da sua própria espontaneidade íntima, como diria Ortega y Garcia (1923). Ao debruçar sobre a concepção de “geração” para o autor, é importante destacar sua preocupação em firmar a potencialidade que cada geração tinha em esculpir suas próprias convicções

⁵ Termo extraído do pensamento de José Ortega y Gasset no livro intitulado “El Tema de Nuestro Tiempo” (1923).

e decisões a partir do que foi apresentado (espontaneidade íntima).

Assim, Ortega y Garcia (1923) explicitam que a atitude de um indivíduo nem sempre é a mesma diante de algo que é próprio do que recebe, visto que cada geração tem uma sensibilidade peculiar, características que podem ser compreendidas como um repertório próprio que se vincula com vocação ou missão que desempenha.

Portanto, as gerações mais novas carregam consigo dominantes importantes das gerações passadas e as propensões da sua própria geração, criando assim a significativa mudança social, que conseqüentemente, quebra com a continuidade histórica, como afirma Mannheim (1892).

2.2 As Gerações Catalogadas por William Strauss e Neil Howe (1991)

As categorizações práticas das gerações foram surgindo ao longo do tempo, mas ficaram amplamente conhecidas a partir dos estudos publicados por William Strauss e Neil Howe em 1991. Tais estudiosos utilizaram dessa fundamentação a teoria geracional, como mencionado acima, para iniciar as divisões de coortes se baseando nos comportamentos e valores dos indivíduos juntamente com acontecimentos históricos relevantes.

Dessa maneira, para os autores, as divisões de coortes, isto é, um novo grupo geracional, surge em um período de vinte anos por meio de uma série de características facilmente identificáveis e que se repete de maneira cíclica predeterminada, como afirma Calliari (2018). De acordo com as características cíclicas determinadas, haveria nos Estados Unidos (país em que se concentram os estudos dos pesquisadores mencionados) dentro de cada 80 anos (“*saeculum*”⁶) quatro viradas (“*turnings*”⁷) sociais que seriam ciclos históricos que se repetem continuamente.

Esses ciclos estão entrelaçados aos quatro estágios da vida: infância, idade adulta jovem, meia-idade e velhice. Portanto, existe para os autores apenas quatro tipos de perfis geracionais que se repetem ao longo de um *saeculum* por meio de quatro viradas históricas. Twist e Newcombe (2021) suscitam as reviravoltas determinadas que Strauss e Howe (1991, p. 35) expõem:

⁶ Termo latino utilizado por William Strauss e Neil Howe para descrever um período cíclico de 80 anos

⁷ Termo estrangeiro utilizado pelos autores para caracterizar esse período de ciclo determinado.

Cada ciclo tem giros tematicamente semelhantes, que eles tipificam da seguinte forma: o Alto como período tipificado por instituições fortes e coletivismo social e individualismo fraco. O Despertar é tipificado pelo aumento da autonomia pessoal e espiritual das pessoas. Durante esse período, as instituições sociais podem ser atacadas, impedindo o progresso público. O Desenrolar são instituições fracas que são desconfiadas. Nesse período, o individualismo é forte e floresce. A Crise, seria uma era de destruição [...] No entanto, com o término desse período, as instituições serão reconstruídas. A sociedade redescobrirá os benefícios de fazer parte de um coletivo [...]. (Twist e Newcombe, 1991, p. 35).

Em termos práticos da história norte-americana, para os autores no livro “*The Fourth Turning*” (1997), último ciclo Alto foi observado durante o período da Segunda Guerra Mundial (1946) e finda no assassinato de John Kennedy (1963). Em seguida, o Despertar pode ser exemplificado no aparecimento na “Revolução de Consciência” (1960), no qual seria as revoltas pela autoconsciência por meio de jovens ativistas até as revoltas fiscais em 1980.

Em continuidade, o Desenrolar é visto em 1980 com o desenvolvimento dos Estados Unidos, juntamente com período da Guerra Cultural (conflitos entre os valores “tradicionais” versus “progressistas”) até meados de 2004. Por último, a Crise seria o período de 2005 até o presente momento, em que a concepção de vida institucional não é valorizada e grandes transições sociais surgem. Desse modo, as quatro viradas estão associadas com os quatro tipos de perfis geracionais estimados pelos pesquisadores.

Os termos mais atuais, descritos no livro “*The Fourth Turning*” (1997) são:

Quadro 1: Informações extraídas a partir do livro “*The Fourth Turning*” (1997)

Tipos geracionais	
Profetas	<ul style="list-style-type: none"> • Nascem perto do fim da Crise • Período de forte coesão social • Concentram-se na moral e nos princípios
Nômades	<ul style="list-style-type: none"> • Nascem no período do Despertar • Período de ameaça às instituições • Características de sub-protégidos e alienados no caos social • São resistentes e pragmáticos
Heróis	<ul style="list-style-type: none"> • Nascem no período do Desenrolar • Instituições fracas • Jovens otimistas e adultos confiantes
Artistas	<ul style="list-style-type: none"> • Período durante a Crise • Perigos externos e a busca por instituições sociais fortes • São jovens conformistas e adultos orientados

Fonte: retirado do livro *The Fourth Turning* (1997).

Portanto, através desses perfis, ou tipos de características de um grupo que se repete continuamente por meio dos ciclos, surgem as gerações que vão possuir um

tipo desse perfil acima (profetas, nômades, heróis ou artistas).

Assim, com essa hipótese, os estudiosos criaram as gerações tão conhecidas atualmente: Baby Boom (1943-1960); Geração X (1961-1981); Geração do Milênio (1982-2004); Geração Pátria ou Geração Z (2005-2020). Nesse sentido, tais gerações fazem parte do *saeculum millennial*, a partir de 1943, compreendendo o período da história mencionada acima da seguinte maneira:

Quadro 2: Gerações segundo a teoria geracional de Strauss-Howe. Fonte: Amanda van Eck Duymaer van Twist e Suzanne Newcombe (2007).

Saeculum millennial			
Geração Baby Boom	Profeta (Idealista)	1943-1960 (17)	Alta: Superpower America
Geração X	Nômade (Reativo)	1961-1981 (20)	Despertar: Revolução da Consciência
Geração Do Milênio	Herói (Cívico)	1982-2004 (22)	Unravelling: Guerras culturais, pós-modernismo
Geração Pátria	Artista (Adaptável)	2005-presente	Crise: Grande Recessão, Guerra ao Terror

Fonte: retirado da teoria geracional de Strauss-Howe

Para além dessas gerações mais amplamente conhecidas, os autores mencionam diversas outras dentro dos *saeculum* da história norte-americana, como por exemplo: Geração G.I (1901 a 1924) inserida no *saeculum* da Grande Power Saeculum; a Geração Dourada (1822-1842) no Saeculum Guerra Civil; a Geração Despertando (1701-1723) no período Revolucionário Saeculum, entre outras.

Dessa maneira, ao traçar quatro perfis que se repetem ao longo da história, Strauss e Howe (1991) esquematizaram até o ano de 2069 como as gerações se comportariam e por meio de quais justificativas históricas.

Entretanto, suas teorias enfrentaram críticas contundentes, como a do jornalista Michael Lind que, em 1997, escreveu um artigo no The New York Times com o seguinte trecho:

A maioria das previsões dos autores sobre o futuro americano acaba sendo tão vaga quanto as dos biscoitos da sorte: "Eventos decisivos ocorrerão -

eventos tão vastos, poderosos e únicos que estão além das hipóteses mais selvagens de hoje. (LIND, 1997, tradução nossa).

Para Lind (1997) e diversos outros críticos, como Kaiser (1997)⁸; Wilent (2017)⁹; Leonard (1993)¹⁰, a maior preocupação para as teorias de Strauss e Howe (1991) seria de caracterizar os acontecimentos ao longo da história de maneira determinística, bem como rotular as gerações sem considerar diversos outros aspectos (etnia, classes sociais, gênero, educação, entre outros). Para além, os críticos acreditam que faltou cientificidade ao estabelecer previsões as quais não caberiam a cientistas, mas sim aos profetas.

Porém, apesar das críticas recebidas pelos pesquisadores Strauss e Howe (1991) suas teorias também conquistaram apoios significativos. O sociólogo Riesman e o cientista político Neustadt (1991)¹¹ afirmaram que os autores estavam levantando questões relevantes para a sociedade, ao mesmo tempo em que promoviam uma maior compreensão histórica. Eles destacaram que a abordagem dos autores ajudou a integrar diversos fragmentos teóricos importantes para a análise da sociedade americana, trazendo novas perspectivas sobre as gerações e seus impactos históricos e sociais. A partir dessa contribuição, as teorias geracionais ganharam popularidade e reconhecimento, levando ao que Calliari (2018) descreve como “conhecimento pop”, acerca das gerações.

Em outras palavras, através das categorizações das gerações, a busca pelo conhecimento da teoria geracional, mesmo que em partes não científicas, ganhou notoriedade da mídia e potencial de ser discutido em larga escala. Uma forma de exemplificar o apelo midiático sobre a temática são as buscas feitas no meio digital, como por exemplo, no site Amazon, a maior livraria on-line, na qual constam mais de 40.000 pesquisas relacionadas à palavra “*generation*” e “geração” (Amazon, 2021).

Dentro desse enfoque, segundo expõe Calliari (2018, p. 59):

Para esta vasta literatura disponível, a importância do tema se manifesta em uma infinidade de áreas da vida humana: através da tentativa de caracterização das gerações e suas dinâmicas. As publicações aplicam o conceito de marketing, recursos humanos, política, educação, família, religião, sexualidade, tecnologia, entretenimento, entre outros (Calliari, 2018,

⁸ Kaiser, David. Girando e girando em um giro que se alarga. O Boston Sunday Globe, 12 jan. 1997.

⁹ Blumenthal, Paul; Rieger, JM. Steve Bannon acredita que o apocalipse está chegando e a guerra é inevitável. TheGrio, 8 fev. 2017.

¹⁰ Leonard, Andrew). "Os bebês dos babys boomers". The New York Times, 23 maio. 1993.

¹¹ Piccoli, Sean (3 de abril de 1991). "13ers; A história da nova 'geração perdida' (e a frase de efeito mais quente da América)". The Washington Time. p. E1.

p. 59).

Contudo, ao trazer para a realidade brasileira e, principalmente, sua aplicação científica, a literatura se torna de difícil acesso. De modo que encontrar pesquisadores os quais abordem a temática de forma fundamentada e profunda se torna uma tarefa árdua. Tal qual trabalhar com as gerações categorizadas através da história norte-americana para a perspectiva brasileira, sem considerar as particularidades da sua própria narrativa e características, perde relevância na concepção da teoria geracional, sendo exposto por Mentré (1920) que:

[...] Acima de todas as organizações sociais, há a pátria, a realidade terrena suprema. Acima do país, existe, pode-se argumentar, a humanidade. Eu não sei se é ou se ele nunca mais será, mas noto que cada homem é parte de uma nação, seus interesses essenciais estão em solidariedade com aqueles de sua nação e ele se torna consciente de seu papel [...] (Mentré, 1920).

Dessa maneira, para o estudo sobre as gerações ter maior efetividade devem ser levadas em conta as concepções nacionais. Mesmo diante da globalização existente na atualidade, compreender os marcos históricos nacionais de um coorte geracional e as suas peculiaridades por meio do seu contexto social, permite uma pesquisa mais fidedigna.

2.3 Os Coortes Geracionais de William Strauss e Neil Howe no Contexto Brasileiro

Como visto até dado momento, as coortes geracionais se baseiam pela partilha de eventos históricos e as experiências que os acontecimentos causam em sua faixa etária equivalente. Dessa forma, suas atitudes, valores e comportamento costumam vir das influências dessas circunstâncias. Todavia, alguns momentos são essenciais de uma nação, bem como a memória que causa em específicos grupos geracionais, como afirmam Schewe e Meredith (2004, p. 67 – tradução nossa):

Dentro de um determinado país, os momentos decisivos vêm de eventos nacionais e internacionais. Alguns momentos definidores de coorte são exclusivos de uma nação, como a mudança econômica ou política, ou mesmo a disseminação da tecnologia dentro de uma sociedade" (Schewe; Meredith, 2004, p. 67 – tradução nessa).

Portanto, os autores Schewe e Meredith (2004) elaboraram um estudo comparativo com momentos históricos nacionais do Brasil que poderiam se assemelhar, em termos de experiências, aos impactos dos acontecimentos memoráveis para a gerações norte-americanas.

Geração	Anos	Acontecimentos históricos
1a	1930 - 1945	Era Vargas
2a	1945 - 1954	Pós-Guerra
3a	1955 - 1967	Otimismo / Industrialização
4a	1968 - 1979	Anos de Ferro – Regime Militar
5a	1980 - 1991	A Década Perdida Fim do crescimento econômico AIDS
6a	Pós 1992	Impeachment presidente Collor Plano Real

Em relação aos grupos geracionais norte-americanos: Baby Boom (1943-1960); Geração X (1961-1981); Geração do Milênio (1982-2004); Geração Pátria ou Geração Z (2005-2020) e os destacados na tabela acima, observa-se que os recortes cronológicos não são compatíveis com a tabela acima.

Nesse caso, os recortes são diferentes por se basearam nos marcos históricos de cada nação. Contudo, os recortes geracionais variam de fato de autores para autores de acordo com o intuito que é dado para a pesquisa, afinal não há na literatura uma sistematização do coorte geracional, que segundo Calliari (2018, p. 38):

Para essas definições dos limites, cabe ao pesquisador buscar entender o que acontece no ambiente em torno de uma geração através da percepção das influências relevantes para o objetivo a ser analisado: fatos, marcos, acontecimentos históricos e sociais, com potencial de alternar valores, crenças, comportamentos de quem ao contexto foi submetido em seu desenvolvimento. (*Mannheim 1952, apud Calliari, 2018, p. 38*).

Estudos recentes indicam que as datas geralmente usadas para definir a Geração Milênio e a Geração Z são 1981-1994 e 1995-2010, respectivamente, conforme apontado por Seemiller (2019). Neste trabalho, adotaremos essa delimitação para a Geração Z, visando garantir a compatibilidade com pesquisas contemporâneas e facilitar comparações entre os estudos existentes sobre o tema.

Entretanto, em continuação, a analogia das gerações brasileiras versus as norte-americanas a partir do *saeculum millennial*, serão abordados alguns pontos históricos e as suas respectivas consequências para esses grupos. Contudo, o enfoque maior será na geração mais atual até a data presente, no caso a Geração “Z”.

Nesse caso, inicia-se o século do milênio com a geração Baby Boom (1943-1960) a qual é considerada como maior grupo de bebês nascidos no mesmo período, apenas em 1946 foram 3,4 milhões de bebês nascidos, como afirma Seemiller (2019). Os estudiosos afirmam que os integrantes da geração passada (Geração GI) que havia passado pela Segunda Guerra Mundial se sentiram prontos para formarem uma família. O clima após Segunda Guerra Mundial (1939-1945) foi de bastante otimismo e crescimento econômico para o país e, conseqüentemente, para essa geração.

Dessa forma, esse período ficou conhecido como uma época próspera e de garantias de direitos, em função dos movimentos pelos Direitos Civis que mais à frente resultou na aprovação da Lei dos Direitos Civis em 1964.

No Brasil, alguns estudiosos buscaram nomear a geração desse mesmo período como a Geração Bossa Nova (1948-1966)¹² ou a Pós-Guerra (1945-1954) com início do Otimismo (1955-1967)¹³ juntamente com a Geração Pós-Guerra (1946-1954). Porém, diferentemente dos Baby Boomers (1943-1960) para os jovens dessa geração brasileira, o momento era de repreensão do governo. Como também de uma pressão econômica causada pela Grande Depressão (1929-1939) que gerou desemprego e pobreza, a qual foi balanceada pelas leis trabalhistas sancionadas na época.

Desse modo, enquanto na concepção norte-americana os jovens dessa época foram considerados com alto grau de autoestima, individualistas e perfeccionistas, pode-se pensar nos jovens brasileiros dessa época como simples, nacionalistas e conservadores.

Conforme exposto por Pena e Martins (2015), a Geração X (1961-1981) atingiu a maioria em meio a preocupações como a disseminação da AIDS, a alta taxa de divórcios nos EUA, que subiu de 33% em 1970 para 52% em 1980, e vivenciou o início da era tecnológica, sendo a primeira a utilizar computadores. Além disso, enfrentou

¹² Nome dado pelo pesquisador Volnei Faustini. As gerações brasileiras: guia definitivo, 2013.

¹³ Nome dado por Schewe; Meredith. Segmenting global markets by generational cohorts: Determining motivations by age, 2004

um cenário econômico desafiador, com a quebra do mercado de ações em 1987. Assim, essa geração pode ser descrita como rebelde contra o sistema, cética quanto ao futuro econômico e responsável por moldar seu próprio destino.

Em relação ao Brasil, as gerações que mais se aproximam seriam o fim da geração Anos de Ferro (1968-1979) com o início da geração a Década Perdida (1980-1991)¹⁴, ou mesmo Geração Caras Pintadas (1967-1984)¹⁵. Tais jovens nascem em plena Ditadura Militar em que os direitos de expressão foram completamente reduzidos por meio da censura e repressão do governo. Embora houvesse crescimento econômico, isso ocorreu às custas da justiça social. Inicia-se a Década Perdida (1980-1991) com a epidemia da AIDS, um momento sem censura, mas com as dúvidas e incertezas de uma geração marcada pela Ditadura Militar.

A Geração do Milênio (1981-1994) também popularmente conhecida como geração Y, por vir após a geração X, é conhecida por ser a segunda maior geração, após os Baby Boomer¹⁶. Uma geração que se graduou no novo milênio, com 40% dos jovens entre 25 e 29 anos entrando no mercado de trabalho¹⁷, bem como inseridos no mundo dos computadores e telefones. Para além de estarem conectados nesse novo mundo de tecnologia, foram os *Millennials*, por exemplo, Mark Zuckerberg, que criaram diversas plataformas que hoje são conhecidas como: Spotify; Facebook; Instagram, Tinder; Tumblr, entre outros. Porém, essa geração na vida adulta tem como um marco a crise financeira global (2007-2008), a qual dificulta a prosperidade financeira, isto é, são jovens adultos que iniciaram sua vida adulta com dívidas. Como afirma Seemiller (2019, p. 42):

O relatório da geração do milênio, *Better Money Habits*, de 2015, indicou que mais de 40% da geração do milênio é sustentada financeiramente por seus pais de alguma forma.

É importante reconhecer, porém, que 35% dos Millennials têm dívidas de empréstimos estudantis, e é muito [...] E seus salários são 20% menores, em termos reais, que seus pais baby boomers ganhavam na mesma idade. A enorme dívida estudantil não apenas atrasou os Millennials de viverem independentemente de seus pais, mas também influenciou sua decisão de adiar casamento, criação dos filhos e a compra de casas (Seemiller, 2019, p. 42 - tradução nossa).

Dessa forma, são marcados pela partilha no lugar de comprar, são inovadores,

¹⁴ Nome dado por Schewe; Meredith. Segmenting global markets by generational cohorts: Determining motivations by age. *Journal of Consumer Behaviour*, v.4, n.1. (2004, p. 51-63).

¹⁵ Nome dado pelo pesquisador Volnei Faustini. *As gerações brasileiras: guia definitivo*, 2013.

¹⁶ Seemiller, Corey. *Geração Z* (2019, p. 41).

¹⁷ Seemiller. *Geração Z* (2019, p. 41).

conectados no mundo on-line e empreendedores. Em contrapartida, no Brasil, a coorte geracional que se assemelha com a Geração do Milênio (1981-1994) seria o Pós 1992 ou Geração Globalizados (1985-2006)¹⁸. Dessa forma, jovens que nascem em um momento de bastante importância para o país: a redemocratização brasileira e a Constituição de 1988. Outro marco importante foi a globalização, que aumentou o consumo desses jovens, bem como a moeda brasileira em ascensão com a criação do Plano Real (1994).

Com isso, sentem-se otimistas para trilharem seus futuros, porém as taxas de desempregos e a alta privatizações foram essenciais para o sentimento de incertezas. Dentro dessa perspectiva, Comazzetto, Perrone, Vasconcelos e Gonçalves (2016, p. 147) expressam que essas gerações:

Cresceram em contato com as tecnologias de informações e são mais individualistas. Quando as pessoas dessa geração começaram a nascer, encontraram o Brasil passando por grandes instabilidades econômicas e, pouco tempo depois, reinstalando a democracia (Comazzetto, Perrone, Vasconcelos & Gonçalves, 2016, p.147).

Por continuidade, a Geração Z (1995-2010) é a mais atual com jovens adultos, isto é, uma geração em que os mais velhos possuem 28 anos na data presente. Dessa forma, por ser um coorte geracional recente, são poucos estudos sobre a formação desses sujeitos, suas atuações e interesses. Contudo, diferentemente das gerações anteriores, têm-se a possibilidade de estudar e entender a Geração Z, enquanto essa está trilhando seu caminho e desenvolvimento.

Dessa forma, atualmente, existe uma pioneira nesse campo que é Seemiller, a qual é considerada especialista líder na Geração Z, principalmente, quando se refere aos Estados Unidos. Portanto, suas pesquisas, juntamente com seus colaboradores, vêm abrindo portas para decifrar características importantes desse novo coorte geracional. Como Seemiller (2019, p. 25) diz, seu estudo busca:

Uma visão sobre o que sabemos sobre a Geração Z e como podemos esperar que esta geração, como diz Merriman, perturbe o status quo e faça a diferença. [...] Compreender e avaliar melhor porque os indivíduos em um coorte geracional podem agir e pensar de maneiras específicas (Seemiller, 2019, p. 25 – tradução nossa).

Então, por ser um estudo recente, pode-se ainda confundir as características

¹⁸ Volnei Faustini. As gerações brasileiras: guia definitivo, 2013.

dessa geração em formação com a Geração Y, sua anterior. De fato, alguns traços são parecidos, entretanto, aos poucos se pode ir percebendo que esse novo grupo que surge vai tomando as rédeas de sua personalidade. Através dos acontecimentos históricos, começa-se a perceber suas mudanças, isto é, se a Geração Y teve sua fase jovem adulta marcada pelas tecnologias e computadores em casa, a Geração Z nasceu completamente inserida no Mundo digital.

Para além de computadores, são smartphones, videogames e diversos aparatos tecnológicos em que atualmente não há outro Mundo senão esse, para esses jovens e como afirmam Seemiller (2019, p.29):

Embora possam se assemelhar à Geração Milenar, a Geração Z possui atributos e experiências únicas que moldam suas perspectivas e comportamentos em torno da política. Por exemplo, essa geração é caracterizada como uma geração mente aberta, compassiva e responsável, tendo crescido durante uma recessão, uma época de rápido avanço tecnológico e uma era que mudou de mudança social progressiva para regressiva (Seemiller, 2019, p. 29).

Portanto, um dos momentos históricos que começam a moldar essa nova geração ocorre pelo acontecimento do 11 de setembro de 2001, que é caracterizado por ataques terroristas aos Estados Unidos.

Desse modo, a Geração Z paira em tensões globais como algo corriqueiro em suas vidas. Um exemplo nítido é uma barreira construída para regular a imigração do México para os Estados Unidos durante o governo de Donald Trump (2017-2021). Para além das questões de tensões políticas, esses viveram um momento de crise econômica com a crise financeira global, a qual é considerada pelos estudiosos mais graves do que a Grande Depressão de 1929.

Como Seemiller (2019) afirma, enquanto os pais da Geração Z tentavam encontrar um local para morar ou um emprego, essas crianças foram ensinadas a serem conservadoras com seu dinheiro. Em contrapartida, essa nova geração vivencia o ápice das inovações, ao verem seus antecessores (Millennials) desenvolverem diversas plataformas de tecnologias, estão criando cada vez mais ferramentas para facilitar o dia a dia.

Na questão econômica, mesmo com o acontecimento da crise global financeira (2007-2008), o Brasil consegue se manter estável e acumular mais reservas do que dívida externa. O escândalo do Mensalão (2005) como ficou conhecido por compras de votos do Partido dos Trabalhadores (PT) iniciou as desconfianças no sistema

político brasileiro. Porém, mesmo com desconfianças, é essa Geração Z que “nasceu e cresceu no mais longo período democrático desde a adoção desse regime pelo Brasil”, como afirmam Corrochano et al. (2018).

Dessa forma, são acontecimentos distintos que diferenciam as gerações do Brasil e a norte-americana, porém, ao mesmo tempo, a tecnologia une os acontecimentos e diminuem as barreiras das informações e notícias, mesmo que o impacto seja distinto em cada nação, são sentimentos semelhantes, segundo Calliari (2018, p. 43):

Imprecisão dos limites geracionais e a crescente globalização na cultura, no comportamento e no consumo faz com que os modelos continuem tendo significativa utilidade em outros contextos, por exemplo aplicando os quadros característicos no Brasil (Calliari, 2018, p. 43).

Com esse enfoque, é importante entender que cada geração tem uma abordagem e é relevante entender como essa se configura.

2.4 Relevância do Estudo Geracional

Cada indivíduo, cada geração, cada época surge como um aparelho insubstituível de conhecimento (ORTEGA Y GASSET, 1923, p. 97).

De acordo Motta (2010), cada geração representa um momento diferenciado no campo sócio-histórico, gerando transformações em todos os setores de uma nação, seja no campo educacional, científico, tecnológico, político e entre diversos outros.

Atualmente, há uma infinita abrangência do tema em diversas áreas de estudo como no marketing, recursos humanos, política, educação, família, religião, sexualidade, tecnologia, entretenimento, entre outros, como afirma Calliari (2018). Entretanto, no Brasil, há dificuldades de encontrar estudos aprofundados sobre a teoria geracional tanto nesses campos mencionados, como principalmente nas Ciências Sociais.

Para Motta (2010), compreender uma geração é traçar uma lente dos padrões de suas atividades, seu comportamento, suas vontades, seus entendimentos, suas perspectivas e diversas outras características e significados, sem deixar de lado as peculiaridades individuais.

De modo que haja menos estereótipos e falta de compreensão sobre cada geração em seu momento distinto, conforme se depreende do trecho de Smola e Sutton (2002, p. 34):

Compreender as peculiaridades dos valores, motivações e comportamentos das gerações pode ser conhecimento essencial para praticamente todos os campos das ciências humanas (Smola, Sutton, 2002, p. 34 – tradução livre).

Dessa forma, a partir do momento que são identificadas as peculiaridades, bem como as características dos coortes geracionais e, principalmente, das mais novas, tem-se a compreensão das mudanças sociais que estão acontecendo em torno da sociedade, uma vez que são as gerações, na perspectiva histórica, que carregam hábitos e costumes os quais são perdurados ou os quais deixam de fazer parte do cotidiano.

Portanto, a finalidade do presente trabalho é o levantamento de dados sobre a mais atual geração brasileira, denominada de Geração Z, com seus membros todos nascidos, a fim de gerar embasamento para futuras estratégias/iniciativas políticas, sociais e educacionais, bem como demonstrar de quais formas os dados podem ser trabalhados dentro dos campos citados.

Com base nos estudos de Joshi et al. (2011), a concepção de geração implica entender que os indivíduos de uma mesma geração compartilham as mesmas experiências históricas e sociais, o que propicia a construção de identidades classificadas como coletivas, uma vez que sustentam um modo de vida e uma mesma visão de mundo.

Dessa concepção se entende que cada indivíduo dentro de sua geração é, também, considerado protagonista em uma perspectiva de renovação social, que segundo explicam Joshi et al. (2011), decorre de terem comportamentos construídos em uma mesma fase formadora, que molda essas percepções de mundo e de comportamento ao longo da vida.

Seguindo essa mesma perspectiva se encontra, na forma como expõem Miller e Walzer (1997), que a sociedade estabelece uma relação direta e imediata com o modo como se encontram distribuídos os bens sociais e o valor que é a esses atribuído, uma vez que esses respondem ao tipo de sociedade em que se inserem e refletem a ideologia predominante, que se vincula com as configurações políticas dessa sociedade e geração.

Dentro desse contexto, o próximo tópico aborda o comportamento político que se vincula com as gerações, em especial, o comportamento da geração Z em relação ao aspecto político atual.

2.5 Comportamento Político das Gerações

Com base na exposição de Motta e Weller (2010), o comportamento de um grupo não ocorre unicamente pelos indivíduos vivenciarem o mesmo momento histórico e social, sendo necessário que exista uma conexão geracional entre esses indivíduos, sendo essa conexão compreendida como uma participação, em uma prática coletiva, seja essa virtual ou concreta, que se associa com a vivência e reflexão coletiva acerca dos mesmos acontecimentos.

Dentro desse enfoque, existe uma mesma conexão geracional que pode corresponder às diferentes perspectivas ou posições que se referem a um acontecimento comum, de maneira que se pode expor que recuperando a exposição de Miller e Walzer (1997), uma geração acaba sendo direcionada pela mesma problemática histórica, que pode ser entendida da mesma maneira, mas embora os indivíduos dessa geração possam processar experiências comuns, essas podem ser vistas de forma distinta.

Motta e Weller (2010) explicam que a relação estabelecida entre os indivíduos de uma mesma unidade geracional não ocorre pelos conteúdos, mas perante as tendências que formam um coletivo que direciona as ações e as expressões de determinado grupo, proporcionando com que sejam constituídas especificidades desse grupo.

Conforme Silva e Hanashiro (2019), a perspectiva geracional no âmbito das Ciências Sociais compreende que esse grupo geracional é composto por características gerais classificadas como comuns, mesmo que os indivíduos integrantes desse grupo possam vivenciar um contexto comum, podem ainda vivenciar de maneira diferente essa experiência.

Dessa forma, seguindo a linha de pensamento de Silva e Hanashiro (2019), observa-se que, sob a ótica da sociologia política, a cultura compreende as gerações como forças sociais, nas quais essas são constituídas como uma forma de identidade histórica, tendo assim uma construção de valores, de atitudes, de opiniões

semelhantes que na interação com gerações podem ser potencializadoras de modificações sociais.

Esses mesmos autores explicitam que os registros geracionais ou coortes, que são expostos por Twenge (2017), se direcionam para as gerações que se identificam na atualidade, sendo essas classificadas em generalizações ou caracterizações amplas que podem permitir compreensão do comportamento dos indivíduos dos indivíduos, conforme expressam Macky e outros (2008).

Segundo explicitam Tomizaki e Silva (2021), com base na teoria de Bourdieu (2005), o espaço social se verifica como multidimensional e tem uma multiplicidade de campos sociais, nos quais os indivíduos se distribuem em função de aspectos econômicos, culturais, sociais e simbólicos e nessa distribuição, certos agentes assumem posições nesse espaço com maior probabilidade de serem orientados por hábitos de âmbito comum.

O campo político dentro dessa perspectiva surge de uma lógica e de disputas que são próprias de um comportamento político e que faz com que os indivíduos busquem deter o poder ou determinar a composição e organização do campo em que se inserem, conforme se depreende dos estudos de Bourdieu (2005).

Tomikazi e Silva (2021) explicam que os comportamentos políticos envolvem ajustes que, conforme as circunstâncias, se vinculam com o curso da vida, e podem ser materializadas em escolhas, afiliações políticas e posicionamentos que implicam que, em âmbito de estudos geracionais, esse posicionamento se associa com a busca de que as novas gerações assumam posições de poder.

Assim, o contexto político também perpassa as relações entre gerações e a mobilidade que é construída desse contexto, embora, de acordo com Tomikazi e Silva (2021), não possam ser totalmente compreendidas essas relações e os processos que geram a transformação dos comportamentos políticos sem que sejam analisados os processos de transmissão intergeracional de posições sociais.

Com este enfoque, a formação de comportamentos políticos deve ser associada com os grupos, nos quais o movimento social se constitui em função da distribuição de poder e nas relações com os outros dentro da estrutura social, uma vez que a posição social de um indivíduo dentro de um grupo nesta estrutura social não se faz ou constitui por meio de uma perspectiva estática, mas deve ser avaliada em um certo momento dentro de certo trajeto social.

Com essa abordagem, o comportamento político de uma geração pode ser vinculado com a posição de tomada de decisões pelos indivíduos em busca de delinear as trajetórias para constituir estratégias para o presente e projetos para o futuro perante a possibilidade de serem responsáveis por alterações nas condições de vida e em busca de alcançar o acesso a determinados bens e direitos.

Nesse sentido, as perspectivas de alterações sociais se associam com as alterações em comportamentos políticos que podem ser analisados com esperança ou com frustração, mas considerados em análises acerca da mobilidade social entre gerações, visto que nem sempre os posicionamentos políticos envolvem as trajetórias sociais de certas gerações.

Segundo os registros de Dias e Kerbauy (2015), os estudos que envolvem a análise do comportamento político social no Brasil tem se direcionado para a discussão de temas que envolvem fatores sociais que se voltam para compreensão do papel da classe social e os comportamentos políticos, valorizando de certa forma a questão de classe social e a orientação de voto.

Os mesmos autores explicitam que o comportamento político, em especial, da juventude surge como aspecto a ser avaliado perante uma situação na qual se tem o comportamento político vinculado com posicionamentos e com escolarização, além de postura que se alia com variáveis que possam ser analisadas como capazes de alterar o comportamento de abordagem política.

3. IDENTIDADE DA GERAÇÃO Z NO CONTEXTO BRASILEIRO

A Geração Z é composta por indivíduos que nasceram entre 1995 e 2005, sendo também chamados de *Gen Z*, *Post-Millennials*, *iGeneration*, *iGen*, *Generation i*, *Digital Natives*, *Founders* ou *Centennials* (Silva, 2020). Grande parte dos estudos sobre as gerações identificam a Geração Z pela sua relação com as mídias (Cardoso, 2023). Tal aspecto fica ilustrado através do próprio uso do “i” nos variados termos que essa geração recebe: ele faz referência a duas de suas principais características: a presença da internet desde o seu nascimento e o alto índice de individualismo entre os indivíduos que compõem esse grupo. Em relação à primeira característica, a familiaridade com as novas tecnologias da informação e comunicação, de forma geral, e com a internet, especificamente, (Jacques et al, 2015), faz-se presente porque é a partir do ano de 1995 que a internet efetivamente passa a ser comercializada (Silva, 2020; Twenge, 2008). Como aponta Paulo Silva (2020), uma das consequências desse fato foi a proliferação de aparelhos eletrônicos (notebooks, smartphones, tablets), de diferentes tecnologias e de redes sociais, tal como o Facebook em 2004.

É por causa dessa familiaridade com as novas tecnologias da informação e da comunicação que os indivíduos da Geração Z são chamados de “nativos digitais”, tendo em vista que eles nasceram em um momento histórico específico em que os permitiu nascer e viver em um contexto no qual os meios de comunicação passaram a dominar a vida social, estando o seu acesso sempre disponível. Isto é, o uso de ferramentas digitais se faz presente desde a infância (Guerin, Priotto, De Moura, 2018), por causa disso é possível pressupor que eles concebem a vida também através dos atuais meios de comunicação. Em relação à segunda característica, o individualismo, não seria incorreto afirmar que tais tecnologias da informação e comunicação, bem como o surgimento de redes sociais estimulam o individualismo à medida em que promovem o cultivo de si (Silva, 2020). Essas características da Geração Z têm gerado transformações em diversas áreas tais como cultura, política, meio ambiente, trabalho, entre outros. Por exemplo, há pesquisas que indicam a forma particular como eles enxergam o trabalho, que difere bastante de gerações anteriores que valorizavam o trabalho pelo trabalho (Silva, 2020; Twenge, 2018). Isso porque, como mostra Twenge (2018), os indivíduos da Geração Z sabem que precisam se esforçar, tendo em vista vivem em um mundo extremamente competitivo, mas não possuem a presunção exagerada dos millennials (Geração Y).

Para melhor compreender tais características é fundamental olhar para o contexto sócio-histórico que fez emergir essa geração. Em outras palavras, neste capítulo, o objetivo é compreender quais foram as condições sociais que marcam o contexto de surgimento dessa geração. Tentaremos responder essa pergunta enfatizando quais são os comportamentos característicos desse grupo, quais são seus valores sociais e culturais, qual a identidade dessa geração e seu impacto na sociedade. Ainda, o capítulo também conta com a apresentação dos resultados produzidos pela presente pesquisa, o qual foi possível através de um formulário online aplicado entre jovens da Geração Z de todo Brasil, tendo como objetivo principal compreender o comportamento político dos nativos digitais.

3.1 O Contexto Político Cultural do Surgimento da Geração Z

O tempo histórico de surgimento da Geração Z foi marcado por um conjunto de acontecimentos de ordem política, cultural e econômica que abalaram profundamente os jovens que viveram entre 1995 e os início dos anos 2010, moldando a forma como eles percebem e se relacionam com o mundo à sua volta. Iremos brevemente apontar alguns desses eventos para que seja possível lançar luz sobre as características da Geração Z e o seu comportamento político e social. Antes de adentrar nesses acontecimentos é válido destacar que, embora estejamos adotando o marco temporal 1995-2010, o período que define a Geração Z é objeto de bastante controvérsia. Nesse sentido, há teóricos que afirmam que o tempo que circunscreve esse grupo é entre 1995-2005, enquanto há outros que estendem esse período até 2012, por exemplo. De todo modo, sabendo dessas controvérsias, adotamos como marco temporal o período de 1995 a início dos anos 2010, porque acreditamos que ele é marcado por eventos como a crise financeira de 2008 que foi fundamental para moldar toda uma geração (Kilburn, 2019).

Dito isso, alguns dos principais eventos que marcaram a Geração Z são o ataque de 11 de setembro em 2001, o desenvolvimento da internet e das redes sociais (Facebook em 2004, YouTube em 2005, Twitter em 2006 e Instagram em 2009), o lançamento do Iphone em 2007, a crise financeira de 2008 e a eleição de Barack Obama. Dito isso, é válido passar por detalhes de alguns dos referidos eventos. Primeiramente, o ataque do 11 de setembro impactou a segurança global e influenciou a visão de mundo sobre política da Geração Z. Segundo, a crise financeira de 2008

levantou o tema sobre segurança financeira à medida que indivíduos da Geração Z viram suas famílias passando por situações de recessão, o que traz consequências diretas para o modo como eles enxergam o trabalho. Terceiro, pode-se afirmar que o lançamento do primeiro Iphone em 2007 mudou radicalmente a forma de comunicação e de acesso à informação. Junto a isso, redes sociais lançadas naquela época são utilizadas até hoje, a exemplo do Facebook e do Twitter. Em suma, tais eventos moldaram profundamente a autopercepção de si e do mundo de indivíduos da Geração Z, tendo em vista que eles envolveram temas como segurança global, ameaças políticas, a recessão e à segurança financeira e questões sobre diversidade.

Levando em consideração esse contexto, há diversos estudos que buscam compreender o comportamento político e a participação social da Geração Z. O autor Keir Milburn, em seu livro “Generation Left” (2019), argumenta que, nos últimos anos, a idade tem aparecido como um elemento responsável por dividir a política. Isso porque pessoas mais jovens estão mais propensas a votar na esquerda do que na direita, enquanto gerações mais velhas tendem a optar por votar na direita, defendendo o conservadorismo social. Na visão do autor, a Crise de 2008 é o evento chave para compreensão da nova geração. Isso porque a crise de 2008 teria cristalizado e acelerado a divisão geracional à medida em que promoveu uma mudança nas oportunidades de vida. Em outras palavras, quando os jovens perceberam que as condições de vida na qual se encontravam eram intoleráveis, elas passaram por um processo de identificação e rejeição das opressões estruturais às quais estavam sujeitas (Milburn, 2019).

Dados relativos à eleição nos Estados Unidos mostram que uma grande clivagem nas intenções de votos tiveram como base não o gênero, a raça ou a classe, mas a idade. Em 2016, Bernie Sanders ganhou 72% dos votos das pessoas que tinham entre 17 e 29 anos. Por outro lado, Hillary Clinton ganhou 71% dos votos das pessoas que possuíam mais de 65 anos de idade (Milburn, 2019). A partir desses números, Milburn defende a ideia de que o apoio dos jovens tem sido fundamental para que ocorra uma onda de projetos de esquerda sendo apoiados. Em outras palavras, o autor acredita que os jovens têm o potencial para transformar um cenário político, posto que eles representam parte significativa da parcela de votos.

No Brasil, foi possível acompanhar algo semelhante nas eleições presidenciais de 2022: Lula tinha 51% das intenções de voto entre pessoas de 16 a 29 anos, enquanto Jair Bolsonaro tinha apenas 21% (Datafolha, 2020). Tais dados apontam

para o fato de que os jovens tendem a optar por candidatos que defendem um projeto de esquerda. Apesar de não termos dados suficientes sobre como se constitui a Geração Z no Brasil e quais foram os eventos nacionais chaves para a modelagem de seu comportamento, é interessante compreender como os indivíduos que pertencem a esse grupo agem politicamente.

Entre os diversos comentários sobre uma geração que surge em meio a turbulências econômicas e sociais causadas pela recessão global (McCrindle, 2011), buscamos aprofundar a discussão sobre o comportamento político da Geração Z. Dito isso, ao longo do capítulo iremos compartilhar os achados de um questionário respondido por 383 pessoas da Geração Z cujas respostas serão colocadas em diálogo com a literatura da área, com ênfase nas características que indiquem uma noção de identidade desse grupo. Desse modo, primeiramente, iremos apresentar o perfil sociodemográfico dos respondentes no seguinte tópico para, então, discutir as suas respostas relativas à economia, política e cultura.

3.2 Perfil Sociodemográfico: Geração Z, Quem são e como se Comportam?

Conforme abordam Feixa e Leccardi (2010), às trajetórias sociais oferecem interpretações a partir de um tempo existencial e do tempo social, coletivo e histórico. Isso cria uma perspectiva que revela como cada geração desenvolve modos de pensar que são afetados pelas mudanças e permanências que variam conforme os contextos sociais e culturais. Nesse sentido, as percepções sobre a juventude, assim como a forma como os jovens se apresentam politicamente e se posicionam na contemporaneidade do século XXI frente a esse debate, é o que emerge enquanto unidades significativas para a presente pesquisa e sua análise.

Sob as inquietações de encontrar indicadores de como essa geração, nascida entre 1995 e 2010, se posiciona em relação às mudanças sociais e culturais, e como esses fatores moldam sua visão sobre si mesmos, sua sociedade e sua participação nela, foi realizado uma análise exploratória-descritiva com a utilização de ferramentas metodológicas de caráter quantitativo.

Em primeiro caso, para fundamentar uma revisão da literatura, mapeamos a bibliografia disponível em diversas fontes teóricas, como livros, artigos e revistas científicas acerca do tema. Com a série de recursos disponíveis acerca da temática em um apanhado de fontes secundárias, a pesquisa bibliográfica (Otoni, 2011) nos

permitiu construir e expor uma abordagem que contextualiza a temática como visto anteriormente.

Após familiarização com a literatura, foi criado um questionário através do método survey estruturado via *Google Forms*. Segundo Gray e Silva (2012), a aplicação de questionários é uma técnica muito eficiente e utilizada em coletas de dados primários, pois permite uma abordagem analítica capaz de explorar com eficiência as relações entre variáveis de um estudo. Sobre os questionários, Mielzynska (1998) afirma que:

A crescente popularidade de questionários explica-se pelo fato de que a teoria da amostragem de tratamento dos dados modernos permite generalizações bastante seguras com base em amostras relativamente pequenas. Mas esta vantagem pressupõe um “bom” instrumento, eficiente e fidedigno. (p.1)

Ainda, o uso de ferramentas digitais para a pesquisa tem tomado força como coleta de dados que permitem economia de tempo e recursos lógicos, podendo ter uma maior agilidade e maximização dos resultados. De acordo com Gonçalves (2008), a internet oferece flexibilidade na aplicação de questionários, permitindo que os respondentes escolham o momento de participação, sem influência direta do pesquisador. Aqui, além da garantia do anonimato entre pesquisador-pesquisado, a pesquisa online possui uma maior liberdade de expressão dos respondentes. Em contrapartida, pode existir um risco a baixa adesão dos questionários.

Esclarecidas tais questões, o questionário contou com 26 questões fechadas e apenas uma pergunta aberta, opcionalmente a ser respondida, acerca da opinião do jovem sobre sua própria relação. Por óbvio, a pesquisa foi destinada a jovens nascidos entre 1995 até 2005, sem recorte de classe, raça ou gênero em todas as regiões do Brasil. Nesta coleta, a amostra constituiu cerca de 383 casos que se dividiram entre 53,5% do Nordeste, 11% Sul, 23,8% Sudeste, 5,7% Centro-Oeste e 6% Norte. Vale ressaltar também que os dados coletados para essa pesquisa ocorreram no ano de 2021, o qual foi marcado por grande efervescência política à pré-candidatura presencial. Dentre a disputa, os grupos mais concisos se dividiram entre a vertente da direita demarcada pelo bolsonarismo, antipetismo e conservadorismo, contraposto ao grupo da vertente da esquerda, demarcada pelo petismo, antibolsonarismo e progressismo.

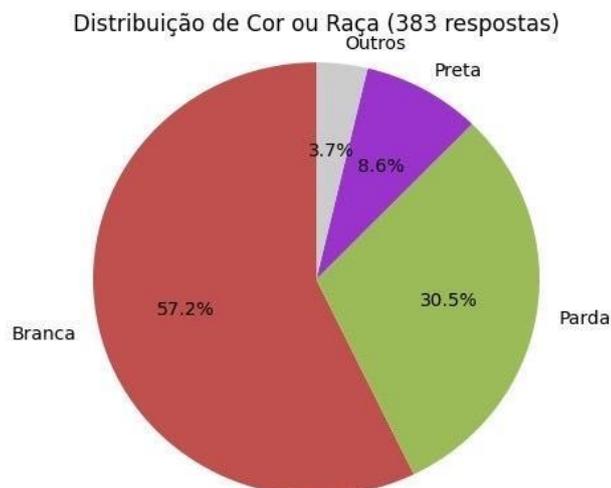
Como meio de divulgação, o estudo contou com o auxílio do influenciador Duncan Mackinder, um jovem da Geração Z e um influenciador digital brasileiro que se destacou por meio do seu canal do YouTube, onde compartilha vlogs de viagens e experiências pessoais. Desde 2017 ele mora em Londres, documentando sua rotina e aventuras pela cidade, embora também passe temporadas em sua cidade natal, Olinda/PE. Seu canal, “Duncan Mackinder” conta com aproximadamente 394 mil inscritos, em que compartilha conteúdos que refletem seu estilo de vida e vivências. Mackinder chegou a cursar Ciências Sociais na Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), mas optou por se dedicar ao YouTube, incentivado por amigos que reconheciam sua habilidade para as redes sociais. Essa conexão com seus amigos também foi motivo pelo qual ele foi escolhido para colaborar com esse trabalho, sendo um amigo pessoal da autora. Seu público é composto majoritariamente por jovens adultos, entre 17 e 29 anos, que se interessam por viagens, cultura e experiências internacionais. Bem como, moda e consumo. Dessa maneira, compreender o influenciador digital e o seu público, contribui para uma delimitação mais precisa da pesquisa e dos resultados.

No mais, a presente pesquisa tem como foco o levantamento de dados sobre a atual geração brasileira, chamada de Geração Z, com o objetivo de compreender as iniciativas políticas, sociais e educacionais que a envolvem. Com base nessa perspectiva, o questionário proposto visa atingir esse público-alvo, considerando que, segundo os estudos de Joshi et al. (2011), a concepção de geração implica que os indivíduos compartilham experiências históricas e sociais semelhantes, o que favorece a construção de identidades coletivas. Esse aspecto sustenta a compreensão de que esse grupo possui um modo de vida e uma visão de mundo comuns.

Gráfico 1: Idade dos jovens respondentes

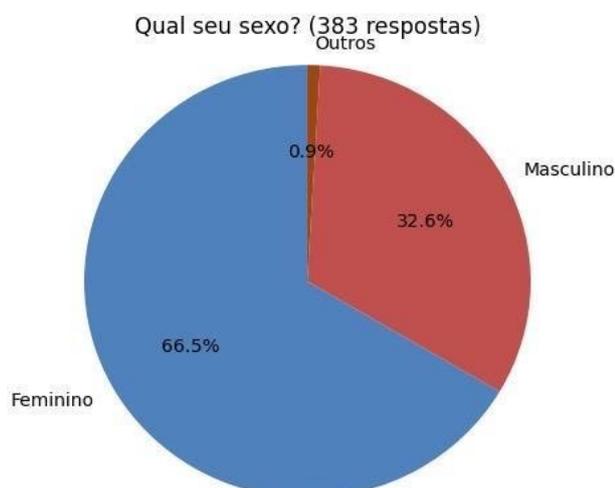
Fonte: dados da pesquisa

O período utilizado para definir a Geração Z foi de janeiro de 1995 até dezembro de 2005. Nesse sentido, no ano desta pesquisa, 2021, os indivíduos que responderam o formulário poderiam estar com, no máximo, 26 anos. Com isso, sendo possível perceber, no Gráfico 1, que tais idades foram bem distribuídas, tendo em vista que entre os cinco principais, o que possui menor representatividade é o de 22 anos (com 9,4% da amostra) e o que possui maior representatividade é o de 18 anos (14,1% da amostra). Sabendo desse cenário, os dados demonstram que a maior parte dos jovens respondentes possuem 18 anos, cerca de 14,1% da amostra, seguido do grupo de 24 anos, com 12,8% que, por sua vez, é seguido do grupo de jovens com 23 anos, que representam 11,5% da amostra.

Gráfico 2: Identificação em relação à raça/cor

Fonte: dados da pesquisa

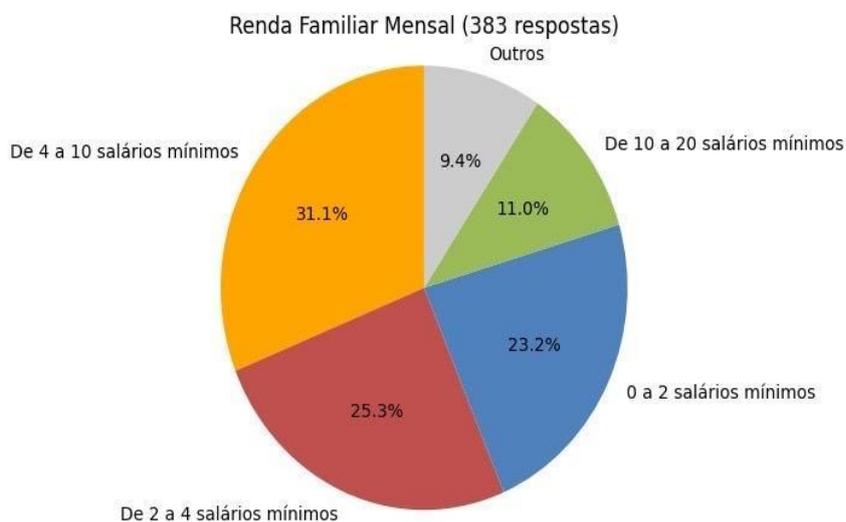
Ainda como compositores desse perfil, o gráfico 2 nos permite observar que, entre as 08 opções de resposta para a pergunta “qual sua cor ou raça?”, a maioria dos respondentes se identificam como brancos, representando 57,2% da amostra, ou seja, mais da metade dos indivíduos que responderam. O segundo maior grupo racial da amostra se identifica enquanto pardo, representando 30,5% da amostra, seguido do grupo que se identifica enquanto preto (8,6% da amostra). Esses três grupos, juntos, representam quase a totalidade da amostra (96,3%), as outras pessoas responderam “indígena”, “amarela”, “outra”, “prefiro não me classificar” ou ainda “prefiro não responder” que está agrupado como “outros” no gráfico.

Gráfico 3: Gênero

Fonte: dados da pesquisa

No gráfico 3, as respostas sobre o gênero dos entrevistados nos resultaram em mais da metade da amostra composta por mulheres, perfazendo um percentual de 65,5%, enquanto os homens representam 32,6% da amostra. Essas duas categorias juntas representam 98,1% da amostra, os outros indivíduos que responderam o formulário optaram por não se classificar ou não responder, incluído em “outros”. Para um percentual tão alto de mulheres, é possível compreender esse fenômeno pelo fato de que as mulheres tendem a contribuir mais com pesquisas em relação aos homens.

Gráfico 4: Renda familiar



Fonte: dados da pesquisa

Por fim, o perfil sociodemográfico dos respondentes sobre sua média de renda familiar apresentada no gráfico 4 nos mostra que a maior parte dos jovens possui uma renda familiar entre 04 a 10 salários-mínimos, representando 31,1% da amostra. O segundo maior grupo da amostra em termos de renda familiar é composto por jovens que possuem uma renda familiar de 02 a 04 salários-mínimos, um percentual de 25,3% do total da amostra. O terceiro maior grupo é composto por pessoas que recebem até 02 salários-mínimos, representando 23,2% da amostra. Tais dados são relevantes porque, a partir da renda familiar, é possível pressupor quais são os padrões de consumo de determinado grupo. Segundo Motta (2010), depreende-se que os padrões de uma geração estão associados à sua capacidade econômica, desse modo, sendo possível avaliar o padrão de suas atividades, comportamentos e perspectivas sociais.

Em resumo, podemos perceber que, dentre os 383 casos divididos por todo o Brasil, a amostra é composta pela seguinte maioria de respondentes: 18 anos (14,1%), maioria de mulheres (65,5%), pessoas brancas (57,2%) e renda familiar entre 4 a 10 salários-mínimos (31,1%). Além disso, foram feitas outras perguntas relativas à dimensão socioeconômica, pudemos perceber que a maioria dos jovens que responderam o formulário são moradores da Região Nordeste (52,2%), que possuem os pais com diploma universitário ou qualificação profissionais (mães, 28,5%; pais, 29,5%) e não possuem atividade fixa remunerada (59,5%).

No próximo tópico, trabalharemos os valores culturais e sociais da Geração Z, dando particular ênfase às esferas do trabalho, consumo e educação. Tais tópicos serão apresentados em diálogo com os dados coletados na aplicação dos formulários.

3.3 Identidade da Geração Z: Valores Culturais e Sociais em Debate

Na última década, os debates e esforços de diversas áreas e intelectuais têm se intensificado na busca por compreender a “inovação” da Geração Z e, ainda que suas características e hábitos estejam em processamento e análise, existem alguns pontos comuns que trazem referências do que caracteriza essa “nova era”. Por serem a forma material que toma corpo dos debates entre a globalização (Vandenberghe, 2014) e a modernidade líquida (Bauman, 1999), isto é, onde o mundo é reconfigurado nas condições de tempo-espço e torna-se pequeno e sem fronteiras, onde tudo é geograficamente perto e rápido como na internet (Mccrindle, 2011; Facco et al., 2015), a tecnologia é o berço sob a qual a diversificação dos modos de viver e se socializar na sociedade sofrem suas transformações e, portanto, produz novas formas de subjetividades e coletividades, fundamentando os nativos digitais e a Geração Z.

Por óbvio, a tecnologia é um fenômeno basilar para a Geração Z, onde não há um mundo real desconectado do mundo virtual. Não há um conhecimento no mundo sem as ferramentas e habilidades que os meios de comunicação e informação atuais proporcionam. Tais indivíduos já nascem com o contato direto com a internet e todos os meios possíveis desse “webmundo” conectado 24 horas e 7 dias da semana. Neste capítulo, há um interesse particular em compreender as influências do processo de ensino que esses indivíduos estão imersos, os quais nos indicam valores sociais e culturais formadores da identidade da Geração Z, neste ponto, tomaremos como reflexões de partida questões a partir das áreas de educação, trabalho e consumo.

O campo da educação se faz uma zona indispensável no debate da identidade da Geração Z, visto que se apresenta como um ambiente de mudanças evidentes entre uma geração para outra. Entre as transformações possíveis, alguns autores (Facco et al., 2015; Catho, 2009) argumentam como as crianças já iniciam o espaço da escolaridade com maior conhecimento que as gerações anteriores, sendo até mesmo mais comum um maior grau de alfabetização das crianças ao ingressarem no ambiente escolar, algo não só raro nas gerações anteriores, como também tem indicado um declínio do analfabetismo no país (IBGE, 2024). Um dos comportamentos identificados nessa nova forma de aprendizagem é o chamado artifício da tentativa e erro, onde há um menor medo de assumir riscos e até certa preferência de aprender através da prática (Schwieger; Ladwig, 2018). Agora, a racionalidade prática e crítica se sobrepõe à perspectiva dos pressupostos pedagógicos de aprender para tentar ir à prática, algo mais comum das gerações anteriores.

O mundo complexo e veloz entre sites de busca, redes sociais, acesso a produções artísticas e literárias do mundo inteiro e tantos outros meios da era tecnológica, estruturas básicas para essa geração, divide opiniões. Ora, se há um reconhecimento acerca da adaptatividade, criatividade e agilidade dos nativos digitais na inserção educacional, explicitados até nas formas de comunicação que ultrapassam os textos (pela utilização de imagens visuais e gráficos, como fotos e vídeos em seus dispositivos móveis) e que recorre sempre a rota mais rápida para atender seus desejos e encontrar respostas e informações às suas perguntas (Prensky, 2001), há um outro lado que aponta os malefícios do excesso de informações e meios de comunicação à disposição.

Alguns entusiastas dos estudos sobre a “geração pontocom” (Freire Filho; Lemos, 2008) têm manifestado como a tecnologia tem interferido no desenvolvimento cognitivo dos jovens da Geração Z. Dentre as principais mudanças, estão os problemas relacionados ao desenvolvimento social (Greenfield, 2014), percebendo um limite na interpretação da linguagem corporal, como tons de voz, a percepção pelo olhar nos olhos e o próprio desinteresse da interação das crianças em encontrar a diversão entre si, sendo constantemente estimuladas pela utilização de um meio tecnológico. Tais pontos são preocupantes para esses estudiosos, principalmente por tratar de questões de saúde diretamente, como maior indício de estresse, depressão e isolamento (Issa; Issaias, 2016; Sabaityte; Davidavičius, 2017).

Ainda, há algumas questões caras ao ambiente educacional apresentadas pelo desinteresse crescente dos jovens pela leitura, incapacidade de se concentrar na escrita e constante falta de memória consequentes da velocidade no trânsito das informações, a interatividade proporcionada e as múltiplas formas de mídia disponíveis (Souza, 2011). De acordo com Bennett (et al., 2008), a presença da tecnologia nas aulas tem se tornado um eixo central para o estímulo dos estudantes, afirmando uma frustração dos jovens quando não há um meio tecnológico ou um uso adequado desse meio para conectividade da linguagem entre professores e alunos. Aqui, vale salientar, os mecanismos de buscas tão bem recebidos e reconhecidos também são uma fonte perigosa se não estimulada a fidelidade e qualidade das diferentes informações de conhecimento tão dispostas aos nativos digitais.

No segundo ponto, as reflexões abordadas do plano do trabalho para identidade da Geração Z também são contrapostas. Por um lado, vislumbra-se como o ambiente digital interativo fez com que os jovens desenvolvessem habilidades do pensamento crítico que, diante do mundo acelerado e saturado de informações contemporâneas, naturalizou-se a capacidade de multitarefas (Santos; Lisboa, 2013). De acordo com Ceretta e Froemming (2011), O Z da geração Z se refere a Zapear. Zapear é conceituado como o verbo que descreve a ação de mudar constantemente de canal, através de um controle e realizar múltiplas funções ao mesmo tempo. Além da habilidade de fazer e entender várias coisas mutuamente, sejam elas online ou não, outra característica que brilha os olhos do mercado de trabalho é a afinidade pelo imediatismo.

A velocidade para captação de conteúdos e, por consequência, resultados mais ágeis são supervalorizados na produção capitalista contemporânea que visa quantidade e lucro na produção mercantil. Ainda, um ponto curioso e incomum com as gerações anteriores é como a organização e relação profissional são reconfiguradas no contexto do trabalho. Os jovens têm uma certa medida de aversão a hierarquia tradicional no ambiente profissional, abordando uma linguagem mais informal com seus colegas e superiores. Tais características apontam que os jovens dos nativos digitais são identificados como um grupo que valorizam a conectividade, a velocidade, a globalidade e a abertura ao diálogo (Catho, 2009; Mccrindle, 2011; Facco et al., 2015)

Por outro lado, alguns autores identificaram as consequências dessas habilidades. Em primeiro caso, o convívio exacerbado com os meios digitais tem

proporcionado que a tão contemplada busca pelo imediatismo que a Geração Z busca conduzir sua vida, tem se demonstrado desconexa com a realidade física da vida real. Consequente ainda dessas características da velocidade no trânsito das informações, a ausência de foco é um alarmante na correspondência a esses estímulos. De acordo com Peixoto e Ferreira (2011), tem crescido a ausência de foco dos profissionais da Geração Z no ambiente de trabalho. Atividades que possuem começo, meio e fim tem um considerável desafio para a concentração que estes indivíduos conseguem direcionar para as atividades demandadas.

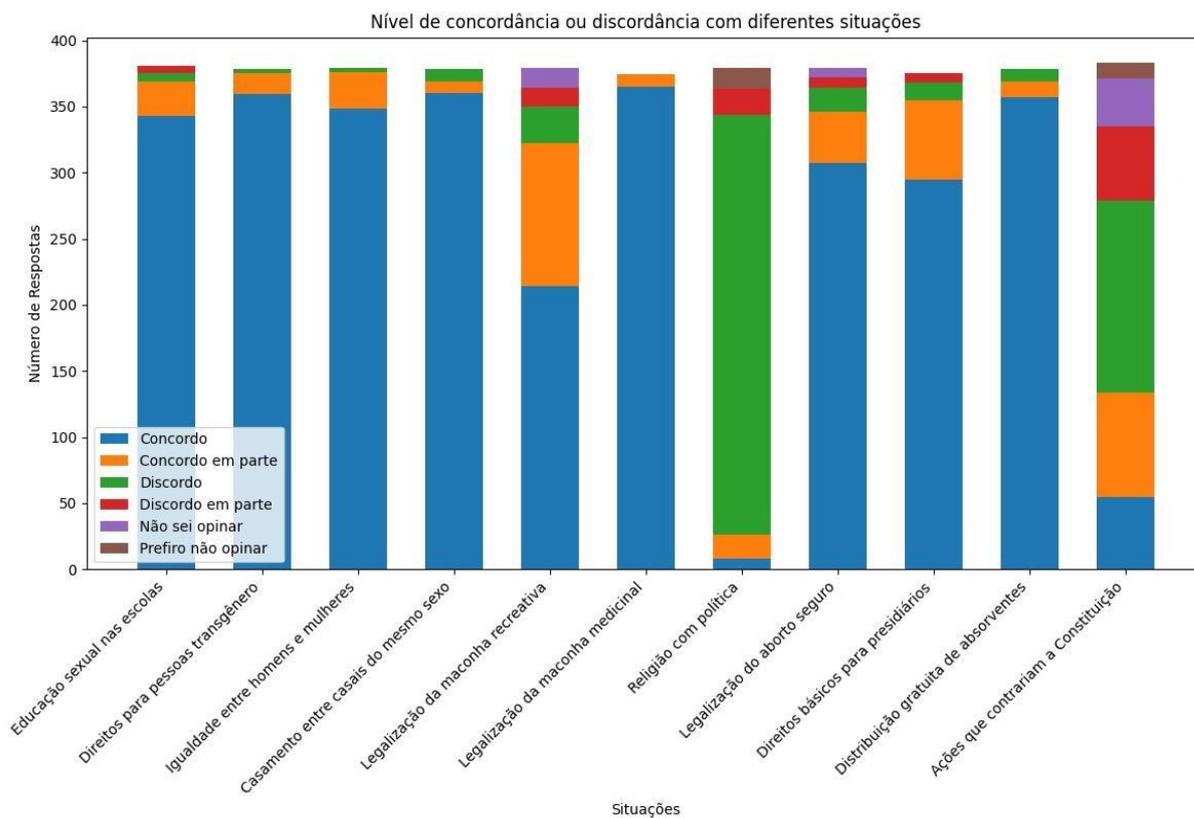
Assim, a busca por conhecimentos diversificados é considerada não compensatória em comparação ao processo criativo da Geração Z se estes não conseguem se adequar ao fluxo organizacional de onde se inserem profissionalmente. Ademais, a própria criatividade é colocada em cheque diante de trabalhos burocráticos ou fora do eixo tecnológico. Significativamente, o comportamento da Geração Z tende a ser marcado pela criatividade em assuntos de interesses específicos dos jovens, ao contrário desse estímulo, há um baixo desempenho com a atividade e até mesmo desleixo com a empresa (Exame, 2006).

Por fim, falar dos interesses e estímulos dos jovens é crucial para debater a identidade da Geração Z e é algo que os estudos sobre consumo têm se dedicado à compreensão. Definidos como consumidores altamente qualificados, tecnologicamente experientes, inovadores e criativos (Priporas, Stylos e Fotiadis, 2017), os nativos digitais têm o perfil psicográfico do consumidor atrelado a filmes e séries, cinema, música, redes sociais, leituras de livros, moda e esportes (Gollo et al., 2019). As variáveis aqui indicam um estilo de vida e personalidade marcadas pela Geração Z como confiantes em tecnologia, mente aberta, entusiasmadas, trabalhadoras, inovadoras e inteligentes; empreendedores, ávidos por aprender e que anseiam por honestidade (Flippin, 2017).

Tais características se tornam mais evidentes se percebidos em questões específicas, como a moda. A moda é um dos âmbitos que mais valorizam a individualidade e, como já explicitado, a individualidade é um ponto indispensável para os nativos digitais. A individualidade composta pela Geração Z na moda defende a própria autoconfiança e autoaceitação, como uma espécie de imagens do movimento body positive. Um de seus impactos consequentes dos interesses e propósitos dessa nova era reflete a moda como um fator de inclusão.

Com o crescimento dos debates e da própria comunidade LGBTQIA+, a Geração Z defende a necessidade e urgência da adaptação do mercado à moda sem gênero (Testoni, 2016; Perlin e Kistmann, 2018), este sendo um dos pontos da individualidade enquanto autoaceitação e autoconfiança. A proposta na moda não difere as peças pela binaridade do gênero, concebendo uma ideia unissex e livre, onde todos podem utilizar e abusar do que quiser. A fluidez das dissoluções dessas classificações e neutralidade das denominações “questiona imposições de cores, formas, modelagens, modelos e estruturas das roupas como determinadas pelos sexos, e estimula a mistura e o uso desprendido das peças” (Gollo et al., 2019, p. 10) .

O uso de roupas sem gênero parte do princípio de que as pessoas devem ser livres para usarem o que desejam, não se prendendo às categorias de gênero. Reconhecemos que a ideia de adaptação do mercado da moda à pluralidade de gênero reflete uma pauta comumente associada à esquerda do espectro político. Neste contexto, trazemos as respostas dos jovens respondentes em relação à seguinte pergunta: “até que ponto você concorda ou discorda das seguintes situações?”. Posto que as suas respostas podem ser utilizadas para mapear um posicionamento político e localizá-lo à esquerda ou à direita do espectro político.

Gráfico 5: Ações que o respondente concorda ou não

Fonte: dados da pesquisa

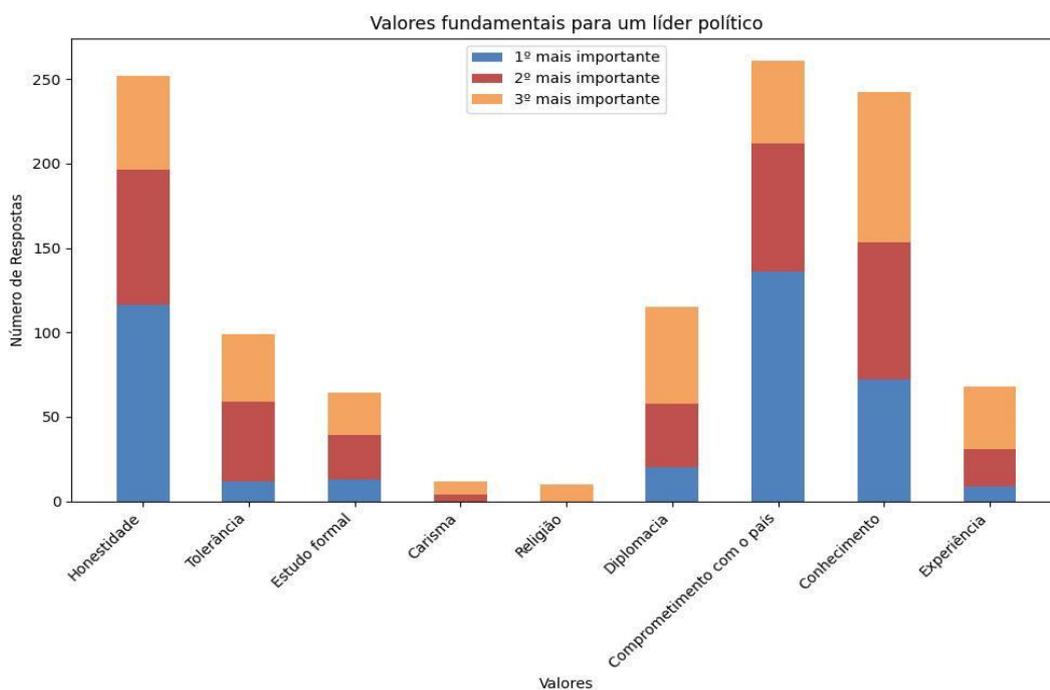
O Gráfico 5 parte de uma pergunta que apresenta uma lista de ações que os respondentes deveriam expressar concordância ou discordância. As ações apresentadas são as seguintes: a educação sexual deve ser abordada em escolas; pessoas transgênero devem ter os mesmos direitos que pessoas cis; homens e mulheres devem ser tratados igualmente; casais do mesmo sexo devem ter permissão para se casar; a maconha recreativa deve ser legalizada; a maconha para uso medicinal deve ser legalizada; a religião deve estar vinculada à política; o aborto seguro deve ser legalizado; o Estado deve garantir direitos básicos aos presidiários; distribuição gratuita de absorventes femininos para estudantes de baixa renda e pessoas em situação de rua; e as ações de qualquer pessoa (políticos, militares, cidadãos) que contrariam a Constituição brasileira podem ser justificadas.

Com exceção de duas ações, “a religião deve estar vinculada à política” e “as ações de qualquer pessoa (políticos, militares, cidadãos) que contrariam a Constituição brasileira podem ser justificadas”, todas as outras opções tiveram como resposta mais frequente “concordo” e “concordo em parte”. Por outro lado, a opção “a

religião deve estar vinculada à política” teve como maior resposta “discordo”, e em relação à opção “as ações de qualquer pessoa (políticos, militares, cidadãos) que contrariam a Constituição brasileira podem ser justificadas”, as respostas foram bem distribuídas, sendo “discordo” a que mais se repetiu. As ações apresentadas fazem parte de pautas historicamente associadas aos movimentos de esquerda, como é o caso da legalização do aborto e a legalização da maconha. Dito isso, as respostas concordam com as ações apresentadas nos sugerem que parte significativa dos respondentes possuem uma tendência à esquerda, tendo em vista as pautas que fundamentam as ações que eles concordam.

Tendo em vista que estamos trabalhando no campo da política, de forma complementar, trazemos para a discussão mais um Gráfico relativo aos valores que os indivíduos acham ser fundamentais de um líder político.

Gráfico 6: Valores fundamentais de um líder político



Fonte: dados da pesquisa

O Gráfico 6 nos mostra um dado que possui legitimidade na literatura acadêmica: sabendo que a Geração Z costumeiramente é associada às “pautas dos valores”, tendo uma de suas características a inserção no mundo dos computadores e telefones. Além disso, é válido relembrar que a Geração Z emerge em um contexto

de redemocratização do país, o que tem como consequência, de acordo com Comazzetto, Perrone, Vasconcelos e Gonçalves (2016), que sejam jovens que valorizam o desenvolvimento. Dito isso, comprometimento com o país (136), honestidade (116) e conhecimento (72), apareceram com os valores fundamentais que um líder político deve possuir, segundo os jovens respondentes.

Por fim, como uma das transformações mais evidentes da identidade da Geração Z em comparação com as demais gerações anteriores está a relação com o ato de fazer compras. Para os nativos digitais, descobrir coisas novas em seus aplicativos, ter entusiasmo para criar álbuns de itens de interesse e procurar diversas fontes de preço de um mesmo produto são comportamentos comuns dos indivíduos dessa geração. O impacto de compreender como a Geração Z se comporta e pelo que se interessa é de suma importância por perceber como a publicidade, programas de televisão, filmes, sites e revistas tem correspondido especificamente aos movimentos e organizações desse grupo de jovens. À exemplo, a criação do documentário "The Menendez Brothers" criada neste ano (2024) pela plataforma de streaming Netflix correspondeu diretamente a aglomeração de postagens na rede social TikTok pedindo uma revisão das medidas criminais e libertação dos envolvidos no caso.

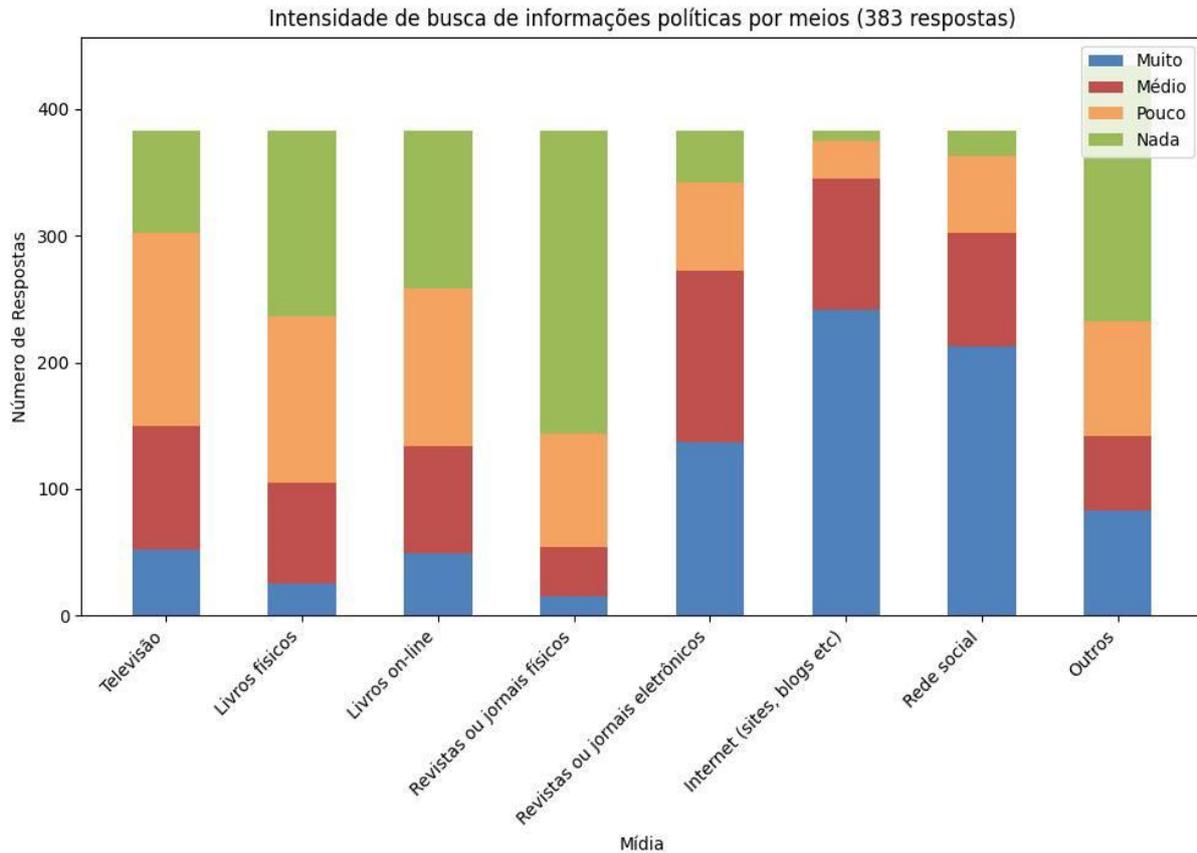
Esclarecidas algumas noções básicas dos comportamentos e interesses da Geração Z, podemos caminhar para compreender o que seria indicadores de identidade dos nativos digitais. Para contribuição desses avanços, a presente pesquisa reconhece o compromisso de mapear e buscar indícios sobre a atual geração de jovens (Issa; Issaias, 2016), frente à escassez de estudos sobre a Teoria Geracional e em especial a Geração Z no Brasil.

3.4 Avanços dos Estudos da Geração Z no Brasil: Uma Análise dos Resultados Encontrados

Vimos no tópico anterior que a Geração Z é definida a partir da sua relação com as novas tecnologias de informação e comunicação. Além disso, vimos também que alguns autores como Keir Milburn (2020) defendem o potencial transformador dos indivíduos desse grupo, argumentando que os jovens que viveram os eventos políticos e sociais anteriormente referenciados possuem uma propensão a serem cooptados à

esquerda. Sabendo disso, neste tópico iremos analisar como a Geração Z se expressa no Brasil.

Gráfico 7: Meios que propiciam informações políticas e geram influência



Fonte: dados da pesquisa

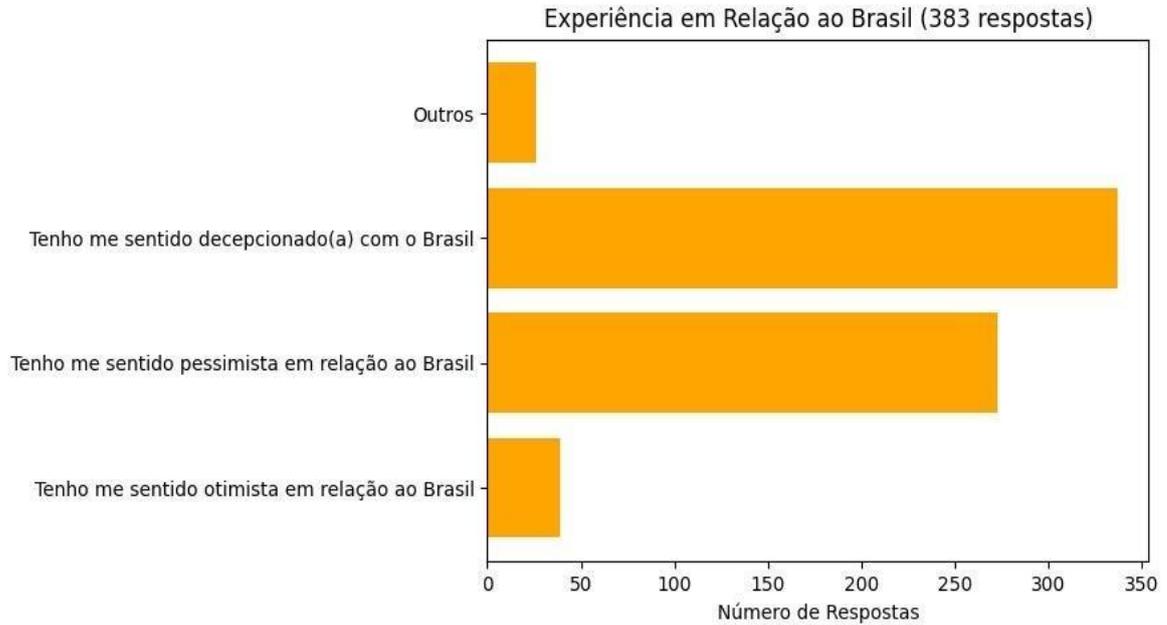
O Gráfico 7 diz respeito à pergunta sobre quais são os meios de comunicação mais utilizados para buscar se atualizar do contexto político do Brasil. As respostas foram dispostas em uma Escala de Likert, categorizando a intensidade de busca de informações políticas em quatro níveis: “Muito”, “Médio”, “Pouco” e “Nada”. Foram analisados oito meios de comunicação: Televisão, livros físicos, livros online, revistas ou jornais físicos, revistas ou jornais eletrônicos, internet e redes sociais e outros). Cada barra empilhada no gráfico representa o número de respostas para cada nível de intensidade, permitindo uma comparação clara entre os meios utilizados pelos respondentes para se informar sobre o contexto político.

A internet é o principal meio de comunicação que eles obtêm informações políticas, sendo a resposta que obteve mais frequência, seguida das redes sociais, que

estão em segundo lugar nesse assunto. Por outro lado, os indivíduos que responderam o questionário mostram que revistas ou jornais físicos são menos utilizados por eles para obtenção de informações acerca do contexto político do Brasil. Tais dados respaldam o fato de que a Geração Z é a geração da tecnologia, posto que essa ferramenta faz parte de sua cotidiana, sendo utilizada para diversas atividades, inclusive a de informação política.

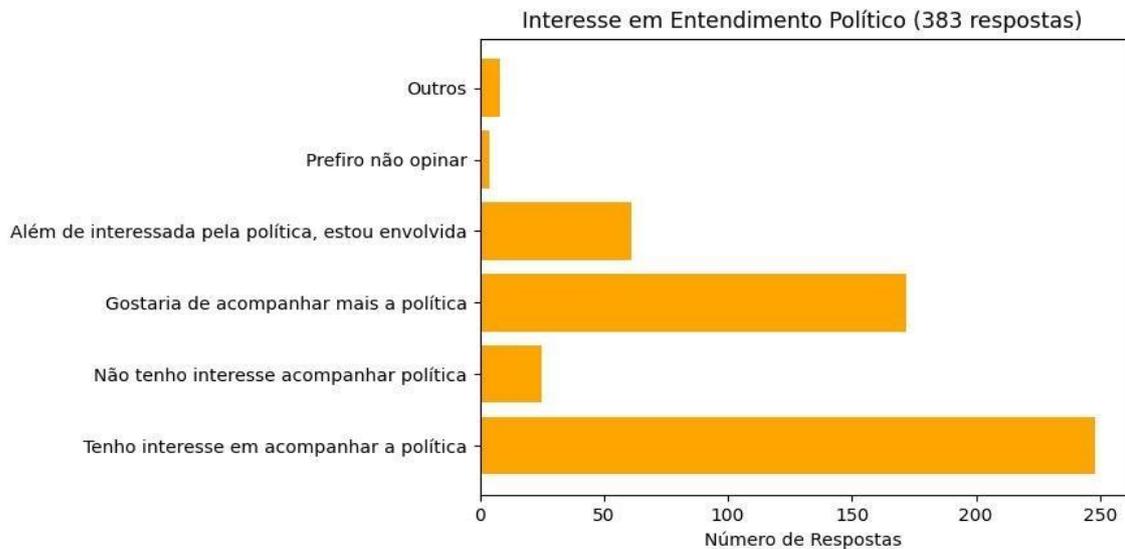
Como exposto anteriormente, a internet é um veículo base para o cotidiano da Geração Z, onde tem dispostas informações e respostas a suas dúvidas de forma imediata, contudo, é necessária uma fonte confiável de dados para acesso à fidelidade e qualidade das informações como fonte de conhecimento. No ano de 2021, entre confrontos ideológicos e partidários, tivemos um contexto demarcado por uma explosão das chamadas fake news, um exemplo gritante foi o movimento antivacina no período da pandemia da Covid-19 (Verdum, Carvalho, Silva, 2021). Tais notícias falsas, com teor de fortalecer ou desfavorecer uma ideologia ou candidato, tiveram seu terreno fértil a partir dos meios digitais.

No Gráfico 8, podemos observar que 88% (337) dos respondentes indicaram que possuem o sentimento de decepção com o país e que 71,3% (273) revelam uma sensação de pensamento de pessimismo em relação ao contexto social e político brasileiro. Essas informações reafirmam o que parte da literatura sobre o tema vem reafirmando: indivíduos da Geração Z se mostram insatisfeitos com o cenário político em que vivem. As circunstâncias históricas nas quais eles estão inseridos são objeto de descontentamento. Em outras palavras, eles sentem que as condições de vida às quais estão sujeitos não são as ideias para as suas vidas. Tais dados também parecem apontar para um direcionamento que a Geração Z, marcado pelos jovens da atualidade, são mais propícios a se assemelhar a ideias progressistas e de esquerda. No ano dessa coleta, não por coincidência, o Brasil estava sob a governança do ex-presidente Jair Bolsonaro, representante da aglutinação das ideias de direita, como o conservadorismo e antipetismo a qual os jovens expressam insatisfação e decepção.

Gráfico 8: Posicionamento pessoal com circunstâncias brasileiras

Fonte: dados da pesquisa

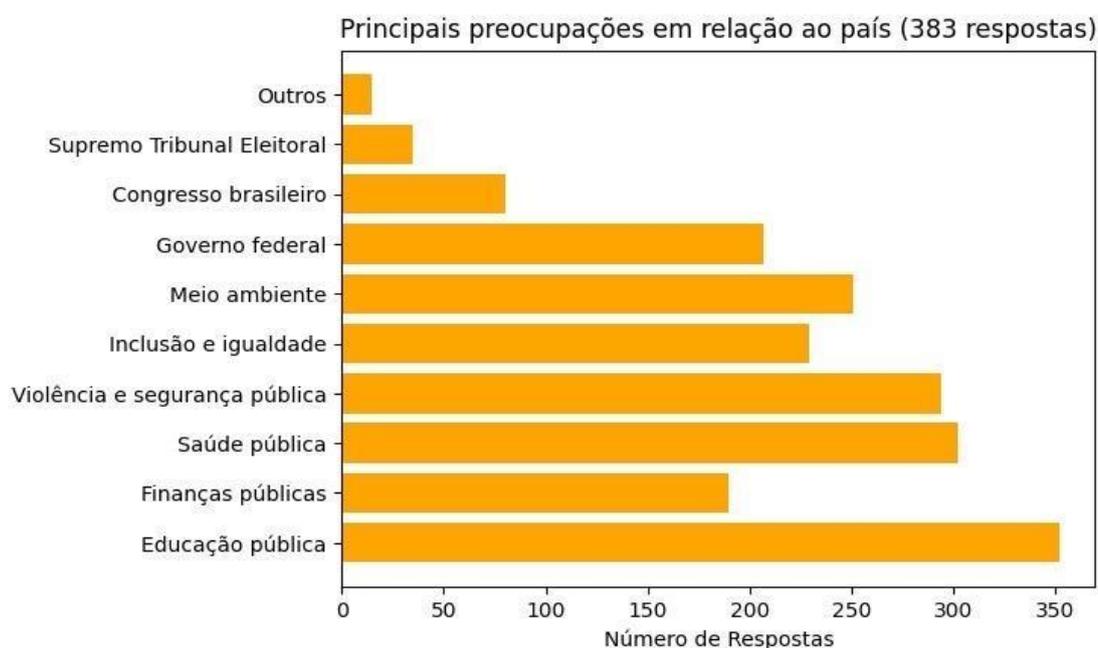
No entanto, os dados levantados no formulário demonstram que a insatisfação com o cenário político em que vivem e o sentimento de decepção com o país não impede que tais jovens percam o interesse nas informações do campo político no qual estão inseridos, muito pelo contrário, o que fica demonstrado no Gráfico 9.

Gráfico 9: Interesse em assuntos políticos

Fonte: dados da pesquisa

O Gráfico 9 mostra como os jovens da Geração Z não perderam o hábito de acompanhar as notícias, tendo em vista que 64,8% (248) dos respondentes possuem interesse no acompanhamento de aspectos políticos do país e 44,9% (172) gostariam de acompanhar mais o mundo político. Por outro lado, há uma pequena parcela dos respondentes que não possuem interesse, representando apenas 6,5% (25) da amostra. Esses dados nos indicam que os indivíduos da Geração Z têm interesse em compreender mais o mundo que os cerca, embora eles não estejam satisfeitos com as condições postas.

Gráfico 10: Temas que propiciam preocupação

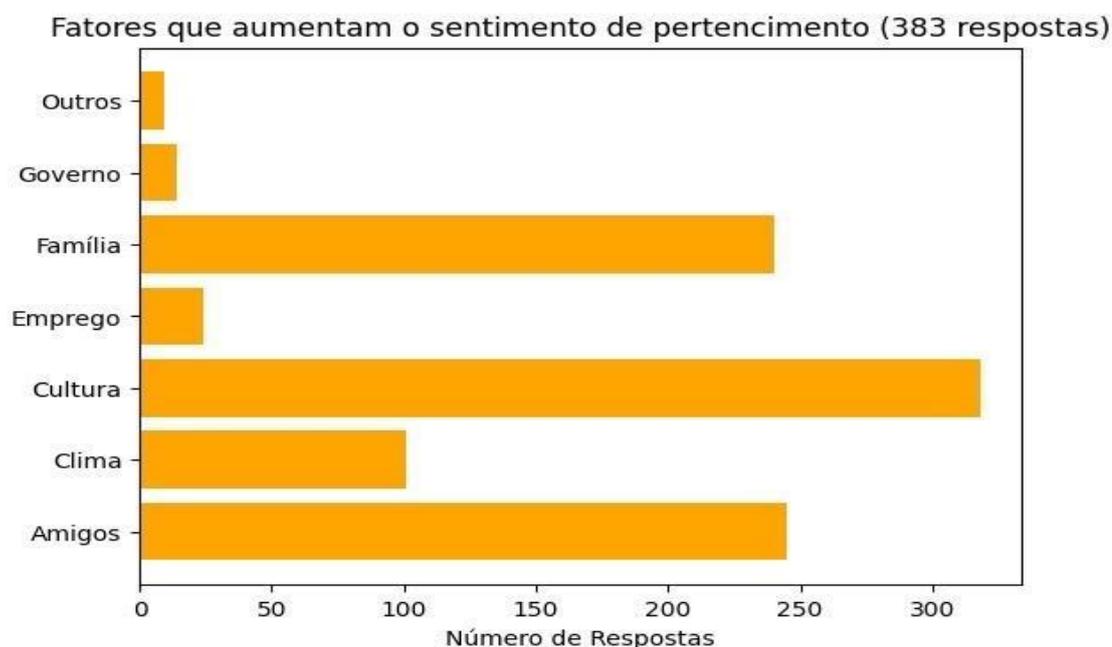


Fonte: dados da pesquisa

O Gráfico 10 representa as respostas para a seguinte pergunta: “atualmente, o que te traz mais preocupação em relação ao seu país?”. Os indivíduos da geração Z que responderam o cenário mostram que sua preocupação envolve temas como educação pública (91,9%, com 352 votos), saúde pública (78,9%, 302 votos) e violência e segurança pública (76,8%, com 294 votos). Tais dados apontam para o fato de que os jovens da Geração Z levam a sério os problemas do campo social, tal como aponta Seemiler (2019). Além disso, as informações levantadas no formulário respaldam os estudos sobre comportamento político social no Brasil que têm

apontado que a discussão dos temas tomados como relevantes giram em torno de questões sociais. Ainda enquanto relevante, vejamos os próximos dados:

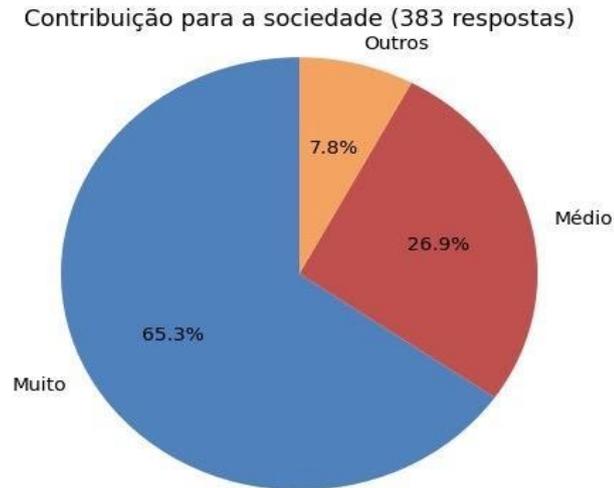
Gráfico 11: Sentimento de pertencimento



Fonte: dados da pesquisa

De acordo com o gráfico 11, os jovens apontam que sua maior relação de pertencimento com país está com o vínculo com a cultura, com 83% (318) dos casos. Em seguida, 64% (245) descrevem a sensação de pertencimento através de amigos e 62,7% (240) com a família. De acordo com Silva e Hanashiro (2019), o sentimento de pertencimento associado à noção de cultura corresponde ao fato de que as gerações são tidas nesse meio como forças sociais que constituem uma forma de identidade histórica, isto é, onde constrói-se valores, atitudes e opiniões semelhantes que, através da interação com gerações, podem ser potencializadas de mudanças sociais. Os demais resultados, podem ser entendidos como a caracterização de interesses amplos que os jovens possuem na atualidade como marcadores da identidade desse grupo em seu devido tempo-espço (Twenge, 2017). Por fim, nos interessa ainda tratar da importância atribuída da Geração Z à contribuição com a sociedade.

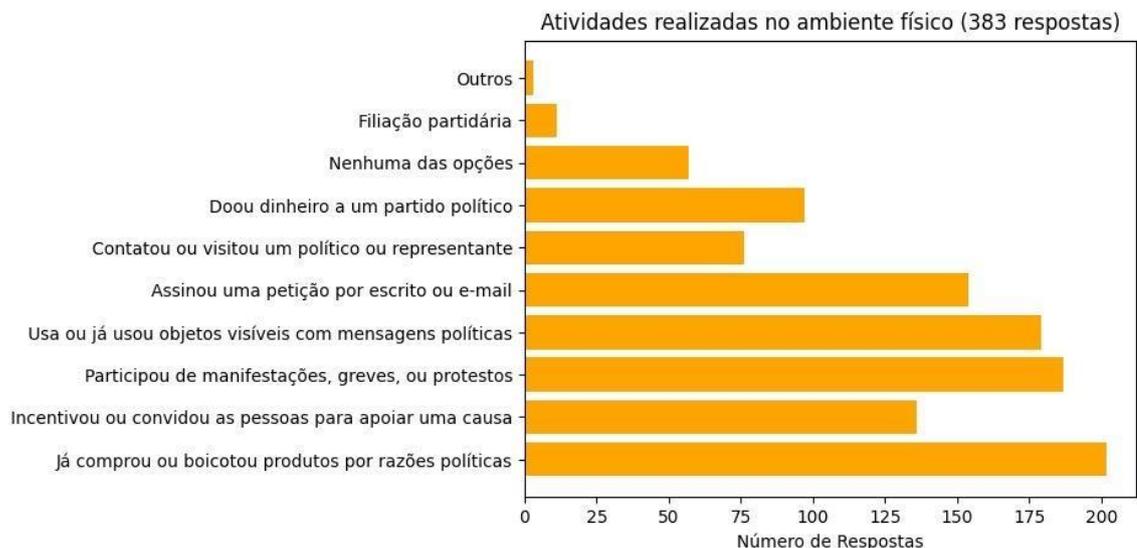
Gráfico 12: Envolvimento da Geração Z com a sociedade



Fonte: dados da pesquisa

De acordo com o gráfico acima apresentado, o nível de intensidade mensura que a maioria dos jovens se importam muito em contribuir com a sociedade para além de sua rede direta de relações, como familiares e amigos, perfazendo um total de 65,3% dos casos. É possível afirmar que a Geração Z pressupõe uma intenção de envolvidos com questões sociais ou políticas, como é possível verificar no gráfico anterior com questões climáticas. Tais intenções podem ser verificadas também no gráfico a seguir:

Gráfico 13: Ações realizadas em posicionamentos sociais e políticos



Fonte: dados da pesquisa

Acerca de tais intenções de intensidades de engajamento político e/ou social, os jovens da Geração Z apresentam tais ações realizadas no ambiente físico. Com 52,7% (202), os jovens tendem a comprar ou boicotar produtos como ação coerente com seu posicionamento acerca de dada situação, seja de concordância ou discordância. Ainda, há um número alto apresentado por aqueles jovens que possuem participação presencial em manifestação com 48,8% (187) e que optam por objetos visíveis como forma de protesto ou registro de posicionamento, perfazendo um total de 46,7% (179).

Reforçando um aspecto ressaltado por autores da área, os jovens da Geração Z não estão felizes no campo social e político no qual vivem, isso gera um sentimento de insatisfação e decepção com o que está acontecendo ao seu redor, assim nos apontou os dados anteriormente apresentados. Por outro lado, insatisfação não significa desinteresse com a política, na verdade, tais jovens têm mostrado mais interesse em acompanhar notícias e também têm buscado conhecer a realidade que se inserem.

Em síntese, podemos constatar que os gráficos aqui apresentados reforçam alguns dos pontos apontados por teóricos que trabalham com a Geração Z: os jovens dessa geração possuem um forte apego à internet, demonstrado pelo fato de que ela não é apenas um instrumento de comunicação ou uma rede de amigos, ela também é uma ferramenta para adquirir informações do mundo político. Ao contrário da geração anterior que tinha a televisão, o jornal e a rádio como importantes meios de comunicação, observamos uma mudança na forma em que as notícias são disponibilizadas. Com a rapidez das novas tecnologias da informação, ter conhecimento sobre o que está acontecendo no local e no global se tornou muito mais fácil.

Ao longo do capítulo discutimos como se manifestam as principais características da Geração Z no Brasil. Pode-se afirmar que, entre a escassez de produções de pesquisa e ambiguidades analíticas, a definição dos nativos digitais em relação à tecnologia é um fato incontestável na literatura da área. Tal característica se reflete nas questões de educação, trabalho e consumo, como até mesmo escolhem suas próprias roupas, neste sentido, é possível afirmar que o modo como se relacionam com a tecnologia moldam toda a sua experiência no campo social, do mesmo modo que direcionam mudanças na sociedade em que estão inseridos. Não seria incorreto afirmar também que as próprias características intrínsecas à

tecnologia, como a rapidez, multiplicidade de ações e o imediatismo, impactam diretamente a forma como os indivíduos da Geração Z interagem com o mundo à sua volta. Como foi anteriormente apontado, os jovens desse grupo possuem a habilidade de lidar com mais de uma ferramenta ao mesmo tempo, valorizando uma abordagem multidisciplinar.

Sob algumas considerações finais, podemos concluir que o estudo sobre os hábitos e características da Geração Z propiciou reflexões sobre o novo paradigma em que vivemos. A ascensão da tecnologia e o fácil acesso a dispositivos móveis e à internet têm gerado mudanças significativas, como presentes no processo de ensino e aprendizagem, organização no trabalho e nos padrões de consumo e demanda, além de influenciar a maneira como os jovens vivem e se relacionam. É importante destacar que a Geração Z apresenta diversas características valiosas, especialmente sobre as suas habilidades como a criatividade, agilidade e possibilidade de multitarefas. Contudo, essas características precisam ser reconhecidas e abordadas pelas pesquisas para otimizar e qualificar os estudos sobre essa nova “era digital”, sendo possível assim, aproveitar melhor as particularidades identificadas nas pesquisas. Desta forma, apesar dos avanços desenvolvidos na presente pesquisa, enfatiza-se como de extrema necessidade e importância a continuidade de pesquisas e estudos sobre a temática.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As considerações finais deste estudo ressaltam a relevância de uma análise detalhada da Geração Z no Brasil, considerando suas particularidades e o contexto sócio-histórico em que estão inseridos. Esta pesquisa teve como objetivo compreender o comportamento político, social e cultural dos jovens brasileiros nascidos entre 1995 e 2010, oferecendo uma visão abrangente das influências tecnológicas, socioculturais e políticas que moldam esta geração e determinam suas dinâmicas de interação com o mundo contemporâneo.

Entre os principais resultados, destaca-se o papel central da tecnologia na vida dos indivíduos da Geração Z, que, enquanto “nativos digitais”, integram as novas tecnologias da informação e comunicação ao seu cotidiano, utilizando esses recursos como meio fundamental para a formação de opinião e participação cívica. Esse comportamento é refletido nos dados coletados, nos quais a internet e as redes sociais se mostram como as principais fontes de informação política, substituindo em grande medida os veículos de mídia tradicionais. Essa mudança de paradigma evidencia a relevância da mídia digital na construção de percepções e na mobilização social dessa geração, algo que demanda uma atenção específica por parte de formuladores de políticas e educadores.

Embora os dados apontem para um sentimento de insatisfação em relação ao cenário político e social brasileiro, com elevados índices de pessimismo e decepção com as condições atuais do país, observa-se uma geração com alto grau de engajamento. O interesse contínuo por temas políticos, combinado com ações concretas de ativismo, como participação em manifestações e boicotes a produtos, demonstra que a Geração Z possui um potencial relevante para influenciar o cenário político. Além disso, a preocupação com temas sociais, como educação, saúde pública e segurança, revela o compromisso desta geração com a melhoria das condições de vida e com a construção de uma sociedade mais justa.

Um ponto central deste estudo é a dualidade entre individualismo e coletividade que caracteriza a Geração Z. Embora essa geração valorize a individualidade, especialmente no que diz respeito à autonomia e expressão pessoal, os dados sugerem que ela também atribui grande valor ao pertencimento cultural e social, evidenciado por fortes laços com amigos, família e cultura. Tal aspecto indica que, mesmo em um ambiente altamente digital, esses jovens buscam conexões sociais

significativas e se engajam em questões coletivas de grande relevância.

Os desafios observados, como a proliferação de fake news e a superficialidade de certas interações mediadas pela tecnologia, são aspectos que merecem atenção. Contudo, os resultados indicam que, apesar desses obstáculos, a Geração Z mantém uma postura crítica e ativa em relação às questões sociais e políticas. O apoio a pautas progressistas, como os direitos das minorias e a legalização de práticas historicamente associadas à esquerda política, sugere uma tendência de alinhamento com ideais de inclusão e democracia.

Em conclusão, este estudo demonstra que a Geração Z, com sua familiaridade com o mundo digital e seu engajamento sociopolítico, está posicionada para exercer um papel importante nas próximas décadas no Brasil. Suas atitudes, valores e formas de participação indicam que esta geração pode responder às demandas contemporâneas, atuando na construção de uma sociedade mais participativa e conectada com os desafios do século XXI. A compreensão aprofundada desse grupo torna-se essencial para o desenvolvimento de políticas públicas e estratégias educacionais que promovam seu engajamento e maximizem seu impacto no futuro do país.

REFERÊNCIAS

- ANDERSON, David. R.; SWEENEY, Dennis. J.; COCHRAN, James J.; WILLIAMS, Thomas. A. E. **Estatística aplicada a administração e economia**. São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2021. 9786555583991. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786555583991/>. Acesso em: 25 de nov de 2023.
- BARBOSA, Roseli Bregantin. **Nem-nem**: uma subcategoria de juventude ou uma ficção. Curitiba, 2017.
- BAUMAN, Z. Between us, the generations, in J. Larrosa (ed), **On generations. On coexistence between generations**, Barcelona: Fundació Viure i Conviure, pp. 365-376. 2007.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2001.
- BENNETT, S. J., MATON, K. A. & KERVIN, L. K. **The 'digital natives' debate: a critical review of the evidence**. British Journal of Educational Technology, v. 39, n.5, p. 775-786; 2008.
- BOOTH, Andrew; SUTTON, Anthea; PAPAIOANNOU, Diana. **Systematic Approaches to a Successful Literature Review**. 2. ed. London: SAGE, 2016.
- BOURDIEU, Pierre. Esboço de autoanálise. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.
- CALLIARI, Marcos Procópio. **Importância e urgência de uma revisão na abordagem geracional na atualidade: uma proposta**. Dissertação. Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2018.
- CAMBOIM, Luiza Góes, BEZERRA, Emy Porto. GUIMARÃES, Ítalo José Bastos. Pesquisando na Internet: uma análise sobre metodologias utilizadas em dissertações de mestrado do programa de pós-graduação em ciência da Informação da UFPB. **Biblionline**, João Pessoa, v. 11, n.2, p. 123 – 134, 2015.
- CARDOSO, Rafaela Moraes. **A influência da tiktokização das profissões na visão de carreira dos Millennials e da Geração Z através das mídias sociais Instagram e TikTok**. 2023.
- CATHO. **Conheça a Geração Z**. 2009. Disponível em: <<http://www.catho.com.br/carreirasucesso/noticias/tendencias/conheca-a-geracao->>>. Acesso em: Acesso em: 16 de out. 2024
- CERRETA, S. B.; FROEMMING, L. M. (2018). **Geração Z: Compreendendo os Hábitos de Consumo da Geração Emergente**. Disponível em: <<https://repositorio.unp.br/index.php/raunp/article/view/70>> .Acessado em: 15 out. 2024.
- CHIZZOTTI, A. **Pesquisa em Ciências Humanas e Sociais**. 2 ed. São Paulo: Cortez, 2003.
- COMAZZETTO, L. R., PERRONE, C. M., VASCONCELOS, S. J. L., & GONÇALVES, J. A geração Y no Mercado de trabalho: um estudo comparativo entre gerações. **Revista Psicologia: ciência e profissão**, 36, 145-157, 2016.

CORROCHANO, Monika Dowbor et al. Juventudes e participação política no Brasil do século XXI: quais horizontes? *Laplage em Revista* (Sorocaba), vol.4, n.1, jan.-abr. 2018, p.50-66

CRESWELL, John W. **Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches**. 4. ed. Thousand Oaks: SAGE, 2014.

DIAS, A. L.; KERBAUY, M. T. M. Engajamento cívico e escolaridade superior: as eleições de 2014 e o comportamento político dos brasileiros. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, v. 23, n. 56, p. 149-181, 2015. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/1678-987315235607>> Acesso em: 25 de Set de 2024

EXAME. **A geração Z quer mais que um emprego**. São Paulo: Editora Abril, v. 40, n. 17, abr. 2006.

EVANS, J. R.; MATHUR, A. The value of online survey. *Internet Research*, 2005.

FACCO, A. L. R.; OBREGON, S. L.; OLIVEIRA, L. R.; BELTRAME, G.; KRUGER, C. **Compreendendo as aspirações de carreira de estudantes da geração z de escolas públicas**. Anais do XX Seminário Interinstitucional de Ensino, Pesquisa e Extensão. UNICRUZ. Cruz Alta, 2015.

FAUSTINI, Volnei. *As gerações brasileiras: guia definitivo*. 2013.

FEIXA, Carles & LECCARDI, Carmen. “O conceito de geração nas teorias sobre juventude”, **Sociedade & Estado**, Brasília, Vol. 25 n. 2, mai-ago 2010.

FLIPPIN. C. S. **Generation Z in the Workplace: New Book Offers a Practical Guide for Managing a New Era of Young Workers**. 2017. Disponível em: <https://candacesteeleflippin.com/generation-z-in-the-workplace/> Acesso em 14 out. de 2024

FREIRE FILHO, João; LEMOS, João Francisco de. **Imperativos de conduta juvenil no século XXI: a “Geração digital” na mídia impressa brasileira**. *Revista Comunicação, Mídia e Consumo*. São Paulo vol. 5 n 13 pag. 11-25, julho de 2008.

GIL, Antônio Carlos. **Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo: Atlas, 2012.

GIL, Antonio. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

GONÇALVES, Daniel Infante Ferreira. Pesquisas de marketing pela internet: as percepções sob a ótica dos entrevistados. **RAM**, Rev. Adm. Mackenzie 9 (7) • Dez 2008 • <https://doi.org/10.1590/S1678-69712008000700004>

GOLLO, Silvana et al. **Comportamento de compra e consumo de produtos de moda da geração Z**. *Brazilian Journal of Development*. Braz. J. of Develop., Curitiba, v. 5, n. 9, p. 14498-14515 sep. 2019. Disponível em: <<https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/view/3115/3025>> Acesso em: 17 de out. 2024.

GRAY, David E; SILVA, Dirceu da. Pesquisando, revisando e usando a bibliografia. In: **Pesquisa no Mundo Real**. 2 ed. Porto Alegre: Penso, 2012.

GRAY, Paul S.; SILVA, Edvaldo. **Survey Research: Theory and Practice**. Rio de Janeiro: Editora Científica, 2012.

GREENFIELD, Susan; **Nativos digitais podem estar perdendo suas capacidades cerebrais**, 2014. Disponível em: <<http://www.fronteiras.com/artigos/nativos-digitais-podemestar-perdendo-capacidades-cerebrais>>. Acesso em: 16 de fev. 2024.

GUERIN, Cintia Soares; PRIOTTO, Elis Maria Teixeira Palma; DE MOURA, Fernanda Carminati. **Geração z: a influência da tecnologia nos hábitos e características de adolescentes**. Revista Valore, v. 3, p. 726-734, 2018.

HOGG, A. Web efforts energize customer research. *Electric Perspectives*, 2003.

HOWE, Neil e STRAUSS, William. **13ª geração: Abortar, tentar novamente, ignorar, falhar?** Londres: Livros Antigos, 1993.

HOWE, Neil e STRAUSS, William. **A quarta virada: o que os ciclos da história nos contam sobre o próximo encontro da América com o destino**. Nova York: Broadway Books, 1997.

HOWE, Neil e STRAUSS, William. **Gerações: A História do Futuro da América, 1584 a 2069**. Nova York: William Morrow & Company, 1991.

ISRAEL, Mark; HAY, Iain. **Research Ethics for Social Scientists: Between Ethical Conduct and Regulatory Compliance**. London: SAGE, 2006.

ISSA, Tomayess; ISAIAS, Pedro. **Internet factors influencing generations Y and Z in Australia and Portugal: A practical study**. Information Processing & Management. v. 52, n. 4, p. 592-617, 2016.

JACQUES, Thiago De Carvalho et al. **Geração Z: peculiaridades geracionais na cidade de Itabira-MG**. 2015.

JOSHI, A.; DENCKER, J.; FRANZO, G. Gerações em organizações. *Pesquisar em Comportamento organizacional*, v. 31, pág. 177–205, 2011.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos da metodologia Científica**. - 8ª. ed. – [3.Reimpr.]. - São Paulo: Atlas, 2019.

MACKY, K., GARDNER, D.; FORSYTH, S. Diferenças geracionais no trabalho: introdução e visão geral. **Revista de Psicologia Gerencial**, v. 8, pág. 857–861, 2008

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribus**, Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

MANNHEIM, K. O problema sociológico das gerações. Em: FORACCHI, M.M. (organizador). *Carlos Mannheim: Sociologia*. São Paulo: Ática, 1982. p. 67–95.

MANNHEIM, Karl: **Sociologia**/ organizadores Marialice Foracchi. (coletânea). São Paulo: Ática, 1982. (p.78) .

MCCRINDLE, M. (2011). **The ABC of the XYZ: Understanding global Generations**. Sydney: UNSW Press.

MENTRÉ, F. **Les Générations Sociales**. Paris, Editions Bossard 1920.

MIELZYNSKA, J. A construção e a aplicação de questionários na pesquisa em Ciências Sociais. 1998.

MILBURN, Keir. **Generation left**. John Wiley & Sons, 2019.

MILLER, David; WALZER, Michael (Comp.). **Pluralismo, justicia e igualdad**. Buenos Aires: Fondo de cultura económica, 1997.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. Análise qualitativa: teoria, passos e fidedignidade. **Ciênc. saúde coletiva** 17 (3) • Mar 2012. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/csc/a/39YW8sMQhNzG5NmpGBtNMFf/?lang=pt#>> Acesso em: 25 de Ago de 2024

MOTTA, Aínda Britto da. WELLER, Vivian. A atualidade do conceito de gerações na pesquisa sociológica. **Revista Sociedade e Estado** - Volume 25 Número 2 Maio / Agosto 2010

NERY, Carmen. Censo 2022: **Taxa de analfabetismo cai de 9,6% para 7,0% em 12 anos, mas desigualdades persistem**. Censo 2022. Editora IBGE, 2024.

ORTEGA, GARCIA. O tema do nosso tempo. São Paulo: Iberoamericana1923.

OTONI, Nilo; Fialho, Francisco Antonio Pereira. Santa Catarina. **TCC: Métodos e Técnicas**. 2 ed. Editora Visual Books, 2011.

PENA, F. G., & MARTINS, T. S. . **BABY BOOMERS, X e Y: diferentes gerações "coexistindo" nos ambientes organizacionais**. Belo Horizonte, Brasil: Centro Universitário Newton Paiva, 2015.

PERLIN, R. L.; KISTMANN, V. B. **A percepção da moda sem gênero na visão do público**. Estudos em Design. Revista (online). Rio de Janeiro: v. 26; n. 1, p. 5 –28. 2018.

PRENSKY, Marc. **Digital natives, digital immigrants** part 1. On the horizon. v. 9, n. 5, p. 1-6, 2001.

PRIPORAS, C-V; STYLOS, N. FOTIADIS, A.K. **Generation Z consumers' expectations of interactions in smart retailing**: A future agenda Computers in Human Behavior. vol.77, December. p. 374-381. 2017.

RAUEN, Fábio José. **Roteiros de iniciação científica: os primeiros passos da pesquisa científica desde a concepção até a produção e a apresentação**. Palhoça: Ed. Unisul, 2015.

RIQUE NETO, Júlio, LIMA, Tiago J. S., NÓBREGA, Camila B., ANDRADE, Cássio C. M. & ALENCAR, Caroline C. G. Questões Sociais e Engajamento dos Jovens na Vida Sociopolítica. **Gerais: Revista Interinstitucional de Psicologia**, 2 (2), 141 – 150. 2009.

SABAITYTĖ, Jolanta; DAVIDAVIČIUS, Sigitas. **Challenges and solutions of adopting public electronic services for the needs of Z generation**. International Journal of Learning and Change. v. 9, n. 1, p. 17-28, 2017.

SANTOS, W. P. dos; LISBOA, W. T. **Tendências Psicossociais e de Consumo da Geração Z e as Influências dos “nativos digitais” na Comunicação Organizacional**. Congresso Internacional de Consumo e Comunicação. São Paulo, 2013.

SAVAGE, Sam. The generation z connection: teaching information literacy to the newest net generation. RedOrbit, Nashville, 19 fev. 2006. Disponível em: <http://www.redorbit.com/news/technology/397034/the_generation_z_connection_teaching_inforation_literacy_to_the_newest/> Acesso em: 25 out 2023.

SCHEWE, Meredith. Segmenting global markets by generational cohorts: Determining motivations by age, 2004.

SCHWIEGER, Dana; LADWIG, Christine. **Reaching and Retaining the Next Generation: Adapting to the Expectations of Gen Z in the Classroom**. Information Systems Education Journal. V. 16, n. 3, 2018.

SEEMILER, Corey. Geração Z. livro digital. 2019.

SILVA, Paulo Duque Pereira da; HANASHIRO, Darcy Mitiko Mori. **Táticas de Socialização Organizacional como forma de transmissão da Cultura Organizacional: estudo exploratório com estagiários da Geração Z**. Conferência: XXII SEMEAD - Seminários em Administração. Novembro de 2019.

SILVA, Paulo Duque Pereira da. **“Sinto que nossa geração precisa repensar o trabalho”**: processo de significação do trabalho para a geração Z no Brasil. 2020.

SILVERMAN, David. **Doing Qualitative Research**. 4. ed. London: SAGE, 2013.

SMOLA, K. W.; SUTTON, C. D. Generational differences: Revisiting generational work values for the new millennium. **Journal of organizational behavior**, v. 23, n. 4, p. 363-382, 2002.

SOUSA, Janice Tirelli Ponte de. **Apresentação do Dossiê. A sociedade vista pelas gerações**. abril de 2006. Política e Sociedade.

SOUZA, S. L. B. **Fatores Que Influenciam Os Consumidores Da Geração “Z” Na Compra De Produtos Eletrônicos**. 2011. 189 f. Dissertação (Mestrado em Administração) Universidade Potiguar, 2011.

TESTONI, G. (2016). **Tecnologia e gênero: o futuro aponta para a neutralidade**. Ponto Eletrônico, 13 jan. 2016.

TOMIZAKI, K.; SILVA, MG. V. Dinâmica geracional, posições sociais e comportamento político. **Educ. Soc.**, Campinas, v. 42, e242003, 2021.

TWENGE, JM **iGen**: porque hoje supercrianças conectadas estão crescendo menos rebeldes, mais tolerantes, menos feliz – e completamente despreparadas para a vida adulta – e o que isso significa para o resto de nós. Nova York: Atria Books, 2017.

TWENGE, Jean M.; CAMPBELL, Stacy M. **Generational differences in psychological traits and their impact on the workplace**. Journal of managerial psychology, v. 23, n. 8, p. 862-877, 2008.

TWIST, Amanda van Eck Duymaer van. NEWCOMBE, Suzanne "**Strauss-Howe Generational Theory**." In James Crossley and Alastair Lockhart (eds.) Critical Dictionary of Apocalyptic and Millenarian Movements. 15 January 2021. Retrieved from www.cdamm.org/articles/strauss-howe. (First published 12 June 2017 censamm.org/resources/profiles/strauss-howe-generational-theory.)

VANDENBERGHE, Frédéric. **Globalização e individualização na modernidade tardia**: uma introdução teórica à sociologia da juventude. Mediações - Revista de Ciências Sociais, Londrina, v. 19, n. 1, p. 265–316, 2014. DOI: 10.5433/2176-6665.2014v19n1p265. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/mediacoes/article/view/19867>. Acesso em: 17 out. 2024.

VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de pesquisa em administração**. Atlas, 2016.