

ARTIGOS

**GERAÇÃO Z: RELAÇÕES DE UMA GERAÇÃO
HIPERTECNOLÓGICA E O MUNDO DO TRABALHO****GENERATION Z: THE RELATIONSHIP OF AN HYPER-
TECHNOLOGICAL GENERATION AND THE WORLD OF
WORK****GENERACIÓN Z: RELACIONES DE UNA GENERACIÓN
HIPERTECNOLÓGICA Y EL MUNDO DEL TRABAJO**

RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo compreender as características da geração Z e suas percepções sobre trabalho em face do contexto hipertecnológico. Entrevistas semiestruturadas foram realizadas com quatro sujeitos, utilizando a técnica da análise temática de conteúdo para categorização das falas. Como resultados, foram identificados aspectos relacionados a características e a projeções de trabalho; percepções sobre tecnologia e seu uso no trabalho; além de confirmar alguns dos aspectos abordados pela literatura. A virtualidade na relação de formação causa um autodidatismo, refletindo na emergência de um novo trabalhador que, diferentemente do que aponta a literatura, não confia em realizar múltiplas atividades ao mesmo tempo, e que difere das demais gerações. Além disso, percebem-se novas dimensões às noções de tempo e espaço, permeadas pela hipertecnologia. Conclui-se com a defesa da recolocação da convivência multigeracional como caminho para lidar com as novas demandas do trabalho em contexto hipertecnológico com significações múltiplas para as gerações.

Palavras-chave: Geração Z. Tecnologia. Mundo do trabalho.

ABSTRACT

This research aims at understanding the characteristics of Generation Z and their perceptions about work regarding nowadays hyper-technological context. Semi-structured interviews were conducted with four subjects, using the technique of content of thematic analysis to categorize the narratives. As results, we identified aspects related to characteristics and projections of work and perceptions about technology and its use at work. Some observations are aligned with the literature. The virtuality in the relation of formation provokes self-learning, reflecting in the emergence of a new worker who, differently from the literature, does not trust to perform

Mariana Maia Bezerra

*Mestra em Administração
pelo Programa de Pós-
Graduação em Administração
da Universidade Estadual
do Ceará - PPGA - UECE.
Fortaleza - CE - BR. E-mail:
<marianamaiab7@gmail.com>.*

Eduardo Carneiro Lima

*Mestre em Administração pelo
Programa de Pós-Graduação
em Administração da
Universidade Estadual do Ceará
- PPGA - UECE. Fortaleza - CE
- BR. E-mail: <educl.lima@
gmail.com>.*

**Francisco Wilker Carneiro
Brito**

*Mestre em Administração pelo
Programa de Pós-Graduação
em Administração da
Universidade Estadual do Ceará
- PPGA - UECE. Fortaleza - CE
- BR. E-mail: <f.wilkerbrito@
gmail.com>.*

**Ana Cristina Batista dos
Santos**

*Doutora em Administração pela
Universidade Federal do Rio
Grande do Norte. Professora do
Programa de Pós-Graduação
em Administração da
Universidade Estadual do Ceará
- PPGA - UECE. Fortaleza - CE
- BR. E-mail: <ana.batista@
uece.br>.*

multiple activities at the same time, and differs from other generations. In addition, new dimensions are perceived to the notions of time and space, permeated by hyper-technology. We conclude with the defense of the relocation of the multigenerational coexistence to deal with the new demands of the work in this hyper-technological context with multiple meanings for the generations.

Keywords: Generation Z. Technology. World of work.

RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo comprender las características de la generación Z y sus percepciones sobre el trabajo en relación al contexto hipertecnológico. Fueron realizadas entrevistas semiestructuradas con cuatro sujetos, utilizando la técnica de análisis temática de contenido para categorización de hablas. Como resultado, fueron identificados aspectos relacionados a las características y a las proyecciones de trabajo; percepciones sobre tecnología y su uso en el trabajo; además de confirmar algunos de los aspectos abordados por la literatura. La virtualidad en la relación de formación causa un autodidactismo, reflejando en la emergencia de un nuevo trabajador que, diferentemente de lo que apunta la literatura, no confía en realizar múltiples actividades al mismo tiempo, y que difiere de las demás generaciones. Aún, se percibe nuevas dimensiones a las nociones de tiempo y espacio, permeadas por la hipertecnología. Se concluyó con la defensa del reemplazamiento de la convivencia multigeneracional como camino para acordar con las nuevas demandas del trabajo en contexto hipertecnológico con significaciones múltiples para las generaciones.

Palabras-clave: Generación Z. Tecnología. Mundo del trabajo.

1 INTRODUÇÃO

A expansão do acesso à informação e da utilização dos recursos tecnológicos despontam como uma nova ordem mediadora de práticas e relações sociais, principalmente dos nascidos nas

últimas décadas. Fala-se de jovens que não conheceram o mundo sem as influências das tecnologias da informação e comunicação (TICs) e que se movimentam entre o *offline* e o *online*. Esses são os integrantes da chamada geração Z, nascidos na era da Internet e das TICs, também conhecidos como Nativos Digitais, *iGeneration*, *Net Generation* e *Centennials* (PRENSKY, 2001; INDALÉCIO, 2015; CASELLA, 2015). A pluralidade de termos para nomear essa nova geração é, possivelmente, explicada pelo caráter recente do tema e o fenômeno consequente da pouca, embora crescente, produção científica sobre ele. Contudo, o dissenso ou a pluralidade não se dá apenas quanto à nomenclatura; o marco cronológico é outro aspecto sem consenso, haja vista que, ora consideram-se os nascidos a partir de 1989, ora 1990, 1995, ou ainda, os nascidos em 2000 (CERETTA; FROEMMING, 2011; CASELLA, 2015; MENDONÇA, 2015; INDALÉCIO, 2015).

No tocante às convergências sobre o tema, destacam-se algumas características da geração Z apontadas pela literatura. A dependência tecnológica, a facilidade de assimilação de diferentes informações e o uso de uma nova linguagem são algumas das particularidades destacadas (PRENSKY, 2001; CASTRO, 2016; VEEN; VRAKKING, 2009). Comumente interligada pelas redes sociais, essa geração torna complexo o simples questionamento “Quem é você?”, uma vez que, no *offline*, as pessoas estão propensas ao autogerenciamento de imagem, sendo as mídias sociais normalmente utilizadas como suportes digitais para melhorar a autoapresentação, permitindo uma cocriação do eu, tendendo a uma representação mais próxima de um eu idealizado (BELK, 2016).

Para além do aspecto tecnológico, outras características pertinentes aos indivíduos dessa geração são discutidas na literatura, como a busca por flexibilidade no trabalho e a concentração dedicada a diferentes atividades no dia a dia (CASELLA, 2015; MENDONÇA, 2015; CASTRO, 2016). Mendonça (2015) argumenta que essas características reclamam uma adaptação das organizações quanto ao perfil profissional dessa geração. Ele se assemelha no que tange às discussões sobre as novas tecnologias e as redes sociais em ambientes de

trabalho, tendo em vista a banalização e o aumento do uso, além do vício por parte de algumas pessoas (ETTER; RAVASI; COLLEONI, 2019; FUSI; ZHANG, 2018; ZIVNUSKA *et al.*, 2019). Sem dúvida, isso se constitui como um desafio organizacional típico dos novos tempos. Além disso, há que se considerar, em face do aumento da expectativa de vida e o prolongamento da permanência no mercado de trabalho, que as organizações contemporâneas se constituem, cada vez mais, como contextos de convívio multigeracional.

A escassez de pesquisas acadêmicas sobre o tema pode ser explicada, além da atualidade já mencionada, pelo próprio cenário de incertezas e reajustes enfrentados pelas organizações. Todavia, faz-se necessário estudar sobre a geração Z, uma vez que esses jovens já estão inserindo-se no mercado de trabalho ou logo estarão fazendo parte dele, trazendo desafios para as organizações, os quais vão desde o conhecimento e a compreensão de suas características até a relação estreita que possuem com a tecnologia e os novos meios de comunicação.

Em face desse contexto, emerge a seguinte questão norteadora da pesquisa: quais as características e percepções da geração Z sobre a relação trabalho-tecnologia? O objetivo geral é compreender as características da geração Z e suas percepções sobre trabalho em face do contexto hipertecnológico. Além desta introdução, o artigo apresenta, na segunda parte, a revisão de literatura sobre o tema. A metodologia é descrita na terceira parte, em que constam os métodos utilizados e o processo da pesquisa. Na quarta parte, constam a análise e a discussão dos resultados. As considerações finais integram a quinta e a última parte.

2 REVISÃO DA LITERATURA

Sabe-se que o conceito de geração ultrapassa o de pessoas nascidas em um mesmo intervalo de anos. Ele abarca as pessoas que, mesmo nascidas em tempos distintos e anteriores aos “dos dias de hoje”, são influenciadas pelo espírito do tempo presente, podendo, por isso, transitar entre períodos geracionais (FORQUIN, 2003). De partida, essa possibilidade de fluxo transitório demonstra o potencial adaptativo das gerações anteriores, geralmente aquelas que realiza-

ram as primeiras descobertas e gestaram as principais mudanças que seriam plenamente vivenciadas, com aparência de lugar comum, pelas gerações seguintes.

Nesse sentido, é própria do espírito do tempo contemporâneo a associação da facilidade de aderência à tecnologia (da informação) à força dos jovens da geração Z, aqueles que já nasceram em tempos de alta tecnologia e conseguem dominar com facilidade essas ferramentas, como sugerem Menezes, Morais e Rassi (2016). Observa-se, por outro lado, que não é apenas a facilidade com o domínio tecnológico a única característica associada a essa geração. Para autores como Levickaite, (2010), Bublitz (2012), Menezes, Morais e Rassi (2016), Billings e Shatto (2016), Mohr, K. e Mohr, E. (2017), Dolot (2018), os jovens da geração Z são considerados ávidos, inquietos, superconectados, estão sempre em busca de novidades, pois são potenciais influenciadores, capazes de desenvolver múltiplas atividades ao mesmo tempo, apresentam baixa tolerância para os sujeitos que não compreendem, com rapidez, o funcionamento das tecnologias, têm dificuldade em aceitar “não” como resposta e querem conquistar uma excelente carreira sem grandes esforços. Contudo, tais características não podem ser generalizadas para todos os membros dessa geração, tendo em vista que elas podem variar de acordo com o ambiente cultural, regional e social (LEVICKAITE, 2010).

No contexto hipertecnológico contemporâneo, especialistas afirmam que está cada vez mais difícil conviver sem a presença de bens tecnológicos e o uso da Internet. Segundo dados da Pesquisa Brasileira de Mídia (SECOM, 2015), 65% dos jovens com até 25 anos acessam internet todos os dias. Nesse cenário, destaca-se o desenvolvimento das redes sociais, em que aspectos virtuais ganharam relevância e atividades corriqueiras passaram a ser compartilhadas, visualizadas e expostas para milhares de pessoas (SOLOMON, 2011), até mesmo sobre e em ambientes de trabalho (ETTER; RAVASI; COLLEONI, 2019; FUSI; ZHANG, 2018).

Dessa maneira, essa nova configuração tem impactado diretamente na forma com que os jovens da geração Z se relacionam e interagem com o meio. Para Tapscott (2010), por exemplo, a utilização da TV e do celular ganharam uma nova funcionalidade, em que a TV passa a ser utiliza-

da, praticamente, como música de fundo enquanto procuram informações na internet, e os seus celulares servem não apenas como meio de comunicação, mas como uma conexão vital com os amigos.

Percebe-se que o surgimento dos novos formatos de comunicação por meio das redes sociais, a inserção desses jovens no contexto digital e a rápida mudança tecnológica transformaram o significado e a compreensão, não somente das práticas sociais, mas profissionais (LEVICKAITE, 2010; ZIVNUSKA *et al.*, 2019). Diversos trabalhos exploram temas como redes sociais, mídias e influência no trabalho (e. g. CARLSON *et al.*, 2016; ETTER; RAVASI; COLLEONI, 2019; FUSI; ZHANG, 2018). A pesquisa de Zivnuska *et al.* (2019), por exemplo, revela que o vício em redes sociais contribui na redução da performance dos trabalhadores. Essas mudanças, juntamente com a inserção dos jovens da geração Z no mercado de trabalho, pressupõem que as organizações reformulem suas metodologias para estabelecer um ambiente corporativo, convidativo, motivador e funcional no processo de gestão dessa força de trabalho (DALAPRIA *et al.*, 2015).

Diante de organizações acusadas de tradicionais e de pouca criatividade profissional, despertam-se os olhares da geração Z para os novos horizontes profissionais (PAIS, 2012), apostando na mudança como alternativa para tempos incertos. A literatura apresenta diversas tipologias de novas orientações profissionais:

- a) carreira sem fronteiras, movimento que concede autonomia aos sujeitos a partir da experiência profissional em diversas organizações e não mais em apenas uma (ARTHUR; ROUSSEAU, 1996);
- b) carreira proteana, semelhante a sem fronteiras, é desenhada e gerida pelo próprio sujeito, podendo ser redirecionada sempre que necessário (HALL; MOSS, 1998);
- c) carreira em ziguezague, evidencia os sujeitos que não seguem apenas uma única carreira ascendente, mas duas, três ou mais durante a vida e/ou de forma simultânea (EVANS, 1996).

As mudanças intencionadas tendem a ser mais profundas, estruturais e precedem o mundo do trabalho. Prensky (2001) vê a necessidade de readaptação do campo educacional responsável pela formação desses jovens. Veen e Vrakking (2009) sugerem novas práticas para serem adotadas por instituições de ensino, como a troca de matérias por temas para serem trabalhados em grupos e a utilização de imagens como fonte de informação, sendo esta vinculada diretamente à nova linguagem dos *Centennials* (CASELLA, 2015). Dessa forma, notam-se uma espécie de ruptura e o apelo pela necessidade de readaptação do sistema de ensino a partir das exigências dessa geração (VEEN; VRAKING, 2009), operando-se uma lógica de formação a partir do formando, em sua condição de demandante. Nesse contexto, a própria configuração do cenário de expansão das mídias sociais como ferramenta de comunicação despertou a atenção das organizações para esse movimento. De um lado, estão os clientes que deixaram a posição de meros receptores de informação e recolocaram-se nas relações comerciais perante as empresas fornecedoras de produtos e serviços ao, por exemplo, exporem, nas redes sociais, suas experiências com determinados produtos ou serviços e, do outro, estão os próprios funcionários que, imersos em uma cultura de trocas e compartilhamentos *online*, utilizam os seus dispositivos para acessarem as suas redes sociais durante o dia e a rotina de trabalho (SANTANA *et al.*, 2011; NANNI; CAÑETE, 2012; ZIVNUSKA *et al.*, 2019).

Provavelmente, esse seja um ponto de atenção para as organizações contemporâneas: orientar os funcionários em uma perspectiva de equilíbrio de utilização das redes sociais no ambiente de trabalho, principalmente por não saberem, muitas vezes, administrar o tempo de acesso à Internet. Algumas empresas, tentando aproximar dois mundos aparentemente distantes, implementam estratégias que buscam fazer convergir expectativas pessoais e profissionais, como o acesso livre à Internet no ambiente de trabalho. O estudo de Santana *et al.* (2011) socializa resultados não satisfatórios, de produtividade prejudicada justamente pela falta de administração do tempo. Já Zivnuska *et al.* (2019) discutem a importância de impor restrições

de uso. De todo modo, percebe-se a escassez de estudos que articulem as três dimensões desse trabalho (geração Z, tecnologias, mundo do trabalho) em uma única pesquisa, evidenciando uma lacuna para possíveis investigações. Alguns autores, como Reis e Tomaél (2016), Novaes *et al.* (2016), Mohr, K. e Mohr, E. (2017), Kelm *et al.* (2018), Dolot (2018), Etter, Ravassi e Colleoni (2019), articulam apenas uma ou duas dessas três dimensões.

3 METODOLOGIA

A pesquisa teve uma orientação integralmente qualitativa, desde a coleta à análise e interpretação dos dados. Lidou-se com a compreensão das experiências, opiniões, motivos e aspirações pessoais daqueles a quem se prestou uma escuta ativa e interessada (MINAYO, 2012); preocupando-se sempre em estudar e analisar o mundo empírico o mais próximo possível do seu ambiente natural (GODOY, 1995), neste caso, por meio da fala de integrantes da geração Z.

A técnica de coleta utilizada foi a entrevista semiestruturada com uso de questão-estímulo e tópicos-guia (GASKELL, 2002). Após realização de entrevista piloto e ajustes no roteiro da entrevista, consolidou-se o modelo constante no Quadro 1.

Quadro 1 - Tópicos-guia da entrevista

Agradecimentos e troca de documentos (termos de confidencialidade e consentimento)
Dados de caracterização: nome, idade, idade dos pais, período no colégio ou faculdade
Perfil: rotina, o que gosta e o que não gosta de fazer e o que mais faz
Questão-estímulo: o que você sonha para o seu futuro?
Perspectivas profissionais: momento para explorar o que foi dito com a questão-estímulo
Relação com tecnologias (em geral) e mídias sociais (em particular): questões que abordam a relação do entrevistado com as mídias e como ele prevê a utilização delas no seu futuro trabalho
Encerramento e agradecimentos

Fonte: elaborado pelos autores (2017).

Os dados de caracterização e sobre o perfil foram úteis para compreender quem são os jovens da geração Z e as suas principais atividades. A questão-estímulo, utilizada como primeiro eixo norteador da entrevista, apresenta-se como ampla, pois não delimitou previamente nenhuma área da vida do sujeito, e ao mesmo tempo focal, na medida em que o coloca como sujeito da cena no futuro, forçando-o a “pensar-se” nesse futuro, o que, como previsto, levaria a narrativas que organizavam vida privada e vida profissional (ALBANDES-MOREIRA, 2002). A questão-estímulo “O que é que você sonha para o seu futuro?” foi impressa em folha A4 e colocada diante do entrevistado, convidando-o a falar livremente sobre ela. A folha foi retirada apenas ao final da entrevista.

O tópico sobre perspectivas profissionais foi colocado para explorar o conteúdo que emanou da questão-estímulo. Já no tópico sobre as tecnologias/mídias sociais, a intenção foi compreender como é a relação da geração Z com o contexto hipertecnológico e como essa relação afeta ou pode afetar no trabalho. Para isso, foram feitas perguntas, como: com que frequência você acessa suas redes sociais? Qual a importância delas para você? O que você espera do seu futuro trabalho em relação às mídias sociais?

Os sujeitos foram escolhidos de acordo com o objetivo da pesquisa. Sendo assim, deveriam estar no ensino médio ou na faculdade e dentro da faixa etária que predomina na literatura sobre a geração Z (quadro 2). Adotou-se o critério da saturação empírica para finalização da coleta (PIRES, 2012). As entrevistas foram realizadas mediante assinatura do termo de consentimento no período de maio a agosto de 2017, em locais e horários agendados pelos entrevistados. No total, foram conduzidas quatro entrevistas, perfazendo 134 minutos de gravação.

Quadro 2 - Caracterização dos sujeitos da pesquisa

Sujeito	Sexo	Idade	Atualmente cursa	Vida profissional
E0	Feminino	20 anos	2º semestre de Arquitetura	Já foi estagiária
E1	Masculino	19 anos	7º semestre de Engenharia	Professor particular
E2	Feminino	16 anos	2º ano do ensino médio	Estagiária administrativa
E3	Feminino	14 anos	1º ano do ensino médio	Nunca trabalhou

Fonte: elaborado pelos autores (2017).

Após transcritas, as entrevistas foram categorizadas por meio da análise temática de conteúdo (MINAYO, 2004). O processo foi iniciado com dois tipos de leitura de todo o material coletado nas entrevistas: i) leitura flutuante; e ii) leitura seletiva. Nesta última, foram selecionadas as unidades de contexto mais representativas das narrativas. Na sequência, procedeu-se à identificação dos núcleos de sentido, isto é, aqueles trechos que expressavam o conteúdo mais representativo em termos semântico, lógico e psicológico. Foram escolhidos três tipos de núcleos de sentido: palavras, expressões e pequenas frases. Da reunião de núcleos de sentido pelo critério de semelhança, os temas foram identificados e nomeados pelo grupo de pesquisadores.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Dois temas foram nomeados:

- características da geração Z e suas projeções de trabalho;
- percepções da geração Z sobre a tecnologia e sua relação com o trabalho.

4.1 CARACTERÍSTICAS DA GERAÇÃO Z E SUAS PROJEÇÕES DE TRABALHO

Parte da literatura sobre a geração Z fala a respeito de jovens que são inquietos, estão

conectados ao mundo virtual, aprendem por observação e na prática, são conhecidos como multitarefas e diferem das outras gerações (LEVICKAITE, 2010; CASELLA, 2015; MENEZES; MORAIS, RASSI, 2016; BILLINGS; SHATTO, 2016). A pesquisa de campo revelou apenas algumas dessas características a partir das narrativas dos entrevistados.

A capacidade de fazer várias atividades simultaneamente e de estar atento, ao mesmo tempo, ao que se passa nos diversos equipamentos tecnológicos (CERETTA; FROEMMING, 2011) não emergiu na totalidade do corpus empírico. Diferentemente, eles até admitem que tentam, mas não conseguem realizar mais de uma atividade por vez. Isso emergiu de maneira relacionada a uma valoração do resultado final. “Eu tento, mas não consigo. Só dá em uma mesmo [atividade], porque senão a outra vai ficar mal feita.” (E0). “Não, quando eu invento de tipo tudo ao mesmo tempo, é... não sai direito. Por exemplo, como estudar duas matérias ao mesmo tempo, ou aprendo uma ou não aprendendo nenhuma, entendeu?” (E3).

O que parece ocorrer é uma rápida mudança de atenção. A geração Z, já nascida no contexto digital, perde e ganha o foco com muita facilidade (CASELLA, 2015). Então, não é que dificilmente se concentram em uma atividade única (MENEZES; MORAIS; RASSI, 2016), mas que essa concentração muda, rapidamente, a atenção de uma atividade para outra e é alterada em segundos, o que pode parecer que estão realizando mais de uma atividade ao mesmo tempo. Essa característica pode ser observada na fala de E1:

O que eu costumo fazer muito é de começar uma atividade, aí outra coisa acaba interrompendo e eu deixo a outra de lado e vou fazer a outra. Acabo começando muita coisa e não terminando quase nada. [...] Não consigo ficar com duas atividades ao mesmo tempo, o máximo que acontece é ficar trocando entre uma e a outra e acaba que eu não termino uma até completar a outra. Eu consigo começar várias, mas não faço várias ao mesmo tempo (E1).

Isso resulta em outra característica da geração, a inquietude (MENEZES; MORAIS; RASSI, 2016). Por estarem cercados de aparatos tecnológicos, a rotatividade entre as tarefas se intensifica. A proximidade que tem com a tecnologia é tanta, que a literatura especializada recorre a neologismos para designá-los, como destaca Levickaite (2010) ao referir-se aos “*online instantâneos*”, em uma tentativa de nominar uma geração de usuários tecnológicos completos, que redefinem a existência pela “*presença virtual*”: “se você não está *online*, você não existe.” (CSOBANKA, 2016, p. 70).

A nova maneira de ser no mundo traz implicações sobre a aprendizagem desses jovens e os estudos sobre isso ainda são iniciais (BILLINGS; SHATTO, 2016; CSOBANKA, 2016). Entretanto, sabe-se da influência que a tecnologia exerce sobre a geração Z, tornando-se mediadora das novas maneiras de aprender:

Eu aprendi inglês literalmente assistindo série e ouvindo música. Ai hoje eu sei que realmente, não é me gabando não, mas eu realmente sei muito inglês, sabe? Eu não faço mais curso, parei faz 2 anos. Ai, tipo, o meu inglês eu aprendi assistindo série, né, filme e ouvindo música, eu escuto muita música, eu adoro música, adoro. (E3). [...] fazer algo mais divertido só que com um propósito melhor, por exemplo, um vídeo no *youtube* só que ensinando inglês, ou só ver um vídeo em inglês que já vai tá treinamento o meu inglês (E1).

Da análise dessas falas, depreende-se que a tecnologia facilitou e até tornou divertido o ato de aprender, ao alterar o seu *modus operandi*. Semelhantemente, destaca-se uma mudança na dimensão avaliativa da aprendizagem, que parece ter-se tornado uma autoavaliação. Serviços como o *Youtube* e o *Netflix* tornaram acessíveis as programações de diferentes países, possibilitando o contato com outras línguas e culturas sem intermédio de instituições de ensino, como o curso de inglês. Alunos dessa geração aprendem por ação e observação (BILLINGS; SHATTO, 2016) e acessam conteúdos de qualquer lugar e, a qualquer momento, contribui para essa prática, fazendo também

que entrem em contato, cada vez mais cedo, com conteúdos que, anteriormente, em geral, só seriam acessíveis em instituições formais de ensino (LEVICKAITE, 2010).

De acordo com Levickaite (2010), a tecnologia é um fator que diferencia essa geração de outras. Entretanto, o aspecto de decisão de carreira foi abordado no decorrer das narrativas e prevalecera, no que tange às diferenças geracionais, mais do que a tecnologia:

E a minha irmã iniciou uma faculdade, que se eu não me engano foi direito, trancou e aí iniciou outra faculdade, trancou, iniciou de novo e teve bebê, aí trancou de novo e só voltou quando a minha sobrinha já estava com alguns meses e agora ainda faltam, ela tem 26, faltam 4 anos pra ela terminar a faculdade. Então eu não quero isso pra mim, quero seguir tudo, terminar tudo dos meus estudos pra depois é [...] seguir numa [...] de casar, ter filho, ter uma família (E2).

Para E2, antes de tudo, está a sua carreira profissional. Diferentemente da experiência de sua irmã, pertencente à geração Y, E2 quer ter uma família somente quando terminar os estudos. Essa característica é observada entre todos os sujeitos entrevistados. “Eu sonho em passar na faculdade que eu quero que é Direito.” (E3). “O que eu sonho para o meu futuro é [...] Terminar completo o ensino médio, fazer a faculdade de processos gerenciais, fazer o mestrado na faculdade, ter uma família que eu quero muito e, se possível, depois de um bom tempo ter outra faculdade.” (E2).

Portanto, observa-se que a questão-estímulo, “o que você sonha para seu futuro”, revelou que os sujeitos desta pesquisa, integrantes típicos da geração Z, têm o sonho de futuro atrelado aos objetivos profissionais ou apresentam uma ordem de concretização dos planos em que a carreira se encontra em primeiro lugar. Esses novos jovens profissionais parecem despontar como ávidos e mais sérios que os *Millennials* no sentido do pragmatismo associado à “*gerência do sonho*” (CASELLA, 2015; MENEZES; MORAIS; RASSI, 2016).

4.2 PERCEPÇÕES DA GERAÇÃO Z SOBRE TECNOLOGIA E SUA RELAÇÃO COM O TRABALHO

Inicialmente, buscou-se investigar sobre a inserção das tecnologias na rotina dos entrevistados. Reforçando achados anteriores, o campo confirma as tecnologias como algo inerente aos membros da geração Z, uma vez que eles já nasceram em um contexto de pleno desenvolvimento dos meios tecnológicos, embora o amplo acesso e o uso das TICs sejam contingentes a fatores como classe social. Em levantamento realizado em 2012, no Brasil, a classe social foi a variável que, isoladamente, representou:

O fator de maior importância no aumento da probabilidade de uso de uma tecnologia. No entanto, em nenhum caso ela demonstrou a maior capacidade isolada para diminuição dessa probabilidade, sugerindo um papel de maior ‘incentivadora’, mas não de maior ‘obstáculo’ (BARBOSA, 2013, p. 69).

Durante as entrevistas, ao explorar as redes sociais como um tipo de tecnologia, constatou-se junto aos entrevistados uma dificuldade de assimilação dessas como algo tecnológico, de forma que, ao questioná-los sobre como era a relação no dia a dia com a tecnologia, unanimemente as respostas estiveram atreladas apenas a tecnologias físicas, como celular, elevador e abstratas do tipo sistemas informacionais empresariais. Entretanto, quando questionados sobre o uso das redes sociais, a mesma unanimidade aparece, de forma positiva, sobre a presença das redes sociais na rotina diária dos entrevistados, sem que elas fossem tratadas por esses jovens como “tecnologia”. Logo, é possível identificar que, para os membros dessa geração, as redes sociais são consideradas como uma espécie de *a priori*. “Tecnologia [...], mas como assim? Ah, no dia a dia, celular [...] E nas aulas computador. Elevador é tecnológico? (E0).”

Pronto, eu tenho acesso ao sistema do [...] da escola do SENAC que fica armazenado a maior parte dos documentos, perfil

dos alunos, números, contatos que os alunos têm. Então a gente trabalha com essa parte. Aí tem um sistema da escola que a gente pode estar criando [...] a gente pode estar criando novos códigos para os alunos, que lá cada aluno tem o seu próprio código, sua própria senha para estar podendo entrar na [...] pra poder assistir a aula. E também tem o sistema das aulas que não é professor mesmo dando aula, são aulas interativas com professores virtuais, que trabalha com aula, apostila e a prova no final. Então são essas partes de tecnologia que eu trabalho. (E2).

O uso e as motivações para utilização das redes sociais estão atrelados a diferentes fatores que vão desde a busca por informações, atualizações de notícias até a utilização delas como uma “válvula de escape” da rotina diária, sendo encaradas como um meio de entretenimento e socialização com a rede de contatos. Essas motivações estimularam o uso diário dessas redes com uma frequência intensa, quase imensurável:

Eu costumo usar bastante as mídias sociais, não muitas, eu foco em poucas como *Facebook*, *Instagram* e *Whatsapp*. Mas eu costumo usar elas diariamente, acho que mais de duas horas por dia e... Faz muita parte da minha vida, porque também muita parte das informações que eu obtenho, agora eu obtenho pelas mídias, pelas mídias sociais, internet, não mais pela TV ou jornal escrito. E também muitos dos contatos sociais que eu faço é através das mídias sociais, é através de *Instagram*, *Facebook*, *Whatsapp*. Sem contar também que acaba sendo uma ferramenta pra me ajudar nos estudos, no [...] no meu curso, porque às vezes também é uma forma de você tirar dúvidas, de você pesquisar mais. E também como eu sou da área de tecnologia eu acredito que eu acabo que [...] me integrando mais ainda com essas novas tecnologias (E1).

Sempre (risos), sempre estou ali [...] não sou de estar postando muita coisa, mas eu sempre estou vendo o que está acontecendo, sempre estou ‘curiando’,

procurando alguma coisa de interessante, principalmente no *Instagram*. No *Facebook* eu [...] tanto posto foto, como também tem o bate papo, né? Porém eu uso também como válvula de escape, tipo no dia estressante tem muitos vídeos que podem ser engraçados, e [...] os ‘memes’ que as redes sociais mostram, eu gosto muito. E no *Instagram* tem as fotos, que são mais fotos de famosos, *blogs*, essas coisas [...] aí eu acho muito interessante (E2).

É importante ressaltar que o uso intenso das redes sociais, no contexto atual, não se limita apenas aos jovens dessa geração. Quando foi solicitado aos entrevistados que fizessem uma comparação em relação à utilização das mídias digitais entre a sua geração e as gerações anteriores, percebeu-se uma compreensão sobre a reconfiguração do comportamento coletivo, modelado pelo desenvolvimento das redes sociais que ultrapassa a geração Z.

Na visão dos entrevistados, tal reconfiguração é justificada como uma novidade ou oportunidade para pessoas das gerações anteriores que não tiveram acesso a essas mídias. Esse achado corrobora a visão de Forquin (2003) e Menezes, Moraes e Rassi (2016) quando afirmam que uma geração pode ser modelada a partir de influências de um determinado tempo, podendo, por exemplo, transitar entre períodos geracionais:

Bom [...] digamos assim desde que eu me entendo por gente meus pais não eram viciados no celular, redes sociais e tal. Minha mãe, ela parou, não parou, mas ela entra no *Facebook* raramente. E uma coisa que eu fico até irritada às vezes, a gente sai, numa mesa, aí eu, adolescente, sou a única que deixo meu celular no canto e os dois ficam no celular. Aí eu falo: “Gente reparem! Reparem que os dois adultos estão no celular, com óculos, olhando para tela assim e eu aqui olhando para as paredes” (E3).

O meu avô, por exemplo [...] Nas redes sociais, ele posta mensagens todo dia de manhã, cedo, assim que ele acorda, no *Whatsapp*, *Facebook*, principalmen-

te, *Facebook*. Ele vê uma coisa, ele bate foto, parece uma criança no celular. E tipo assim, eu acho que é uma coisa, por exemplo, falando do meu avô, da idade dele (78 anos) e tal, eu acho que é uma coisa mais de descoberta, sabe? Por exemplo, na época dele não tinha todas essas tecnologias e oportunidades. Aí não é aquela coisa de vício mesmo, óbvio que vício é uma coisa que vai crescendo, vai se construindo, mas eu acho que tem o motivo dele, por exemplo, ele não teve essas oportunidades, ele não teve isso a vida inteira dele, agora é a época que ele tem, ou seja, ela quer aproveitar, entendeu? (E3).

No tocante à vida profissional, buscou-se identificar como os entrevistados enxergam o uso das redes em suas rotinas de trabalho atual ou futuro. Ao analisar as falas de E0 e E1, observa-se uma preocupação em relação à ponderação de conteúdo que será postado ao iniciarem no mercado de trabalho, de forma que é possível identificar a necessidade de readaptação de hábitos e costumes que hoje são frequentes em suas redes sociais.

Outro ponto que se destaca é o filtro em relação ao círculo de contatos que estão inseridos nessas redes. Essa ponderação em relação ao conteúdo das mídias é o filtro que se molda às diferentes pessoas e às expectativas de quem divulga e quem recebe. Assim, é comum que, no círculo de amizade, estejam inseridas apenas pessoas próximas, incluindo amigos, do trabalho ou não, e familiares:

A partir do momento que eu começar [...] acho que [...] começar a ter as pessoas no meu âmbito de trabalho acho que vou ficar com mais receio de [...] de postar alguma coisa antes que eu colocaria. Se eu tiver dançando em alguma festa [...] só meus amigos ali do *Instagram* tudo bem, mas acho que a partir do momento que eu começar a ter gente do meu trabalho eu vou ter mais vergonha, vou ter mais receio de colocar alguma coisa disso [...] mas as outras coisas não sei [...] (E0).

Acho que eu tenho costume de ser um pouco crítico com as coisas que eu vou

postar. Se eu ver que não tem muita utilidade, ou então que não vai trazer nada de muito bom para mim ou para outras pessoas, eu acabo não postando. Mas é isso, é meio difícil de explicar. É meio como um filtro interno mesmo que às vezes nem eu mesmo sei como funciona (E1).

Observa-se, então, uma preocupação com o gerenciamento da imagem nas redes sociais quando estão ou estiverem inseridos no mundo profissional. Tal preocupação é explicada por julgarem as redes sociais um ambiente propício para exposição, sendo algo que pode impactar, de forma negativa, o seu posicionamento no mercado de trabalho:

Desde que eu falei para os meus pais que eu quero ser delegada eles sempre falaram para mim que seria um risco, que na verdade é um risco um policial ou qualquer pessoa de dentro da polícia ter redes sociais, né? E [...] realmente é, porque você mais exposto ainda, sem você ser exposto você já está correndo perigo, você sendo exposto [...] Meu Deus! Se eu fosse delegada ou policial é [...] rede social é uma coisa que eu gosto muito, eu tenho que admitir que gosto muito e tal, e seria muito difícil largar (risos), mas acho que pela minha segurança e pela segurança de quem tá ao meu redor, de quem eu me importo, entendeu? Por exemplo, se eu tiver meu filho, meu marido eu óbvio que eu deixaria, porque às vezes o alvo não seja tão eu, porque talvez seja um alvo mais difícil, mas quem está ao meu redor [...] se eu for um dia delegada eu acho que eu iria sair de *Facebook*, *Instagram*, iria ficar só com o *Whatsapp*, sabe? Ou com aquelas que menos expõem mesmo, porque eu acho muito, muito absurdo mesmo quem já é e posta coisas sobre o trabalho, sabe? (E3)

Apesar dessa aparente preocupação dos jovens da geração Z sobre a utilização das redes sociais no contexto de trabalho, com a possível explicação de que eles ainda “não têm tantas experiências profissionais”, não condiz com a rea-

lidade trazida por Pistori, Souza e Pereira (2014) sobre a invasão da tecnologia no ambiente organizacional, permitindo que todos tenham acesso às suas redes sociais a qualquer instante, o que pode prejudicar o desempenho e a produtividade diária dos funcionários (BARBOSA, 2014; ZIVNUSKA *et al.*, 2019). O que precisa ser dialogado não é, essencialmente, a não utilização das redes sociais no ambiente laboral, mas a suspensão das suas funções para tratar de assuntos pessoais e, com isso, não afetar os resultados da empresa (SOUZA, 2009; CHAVES; LUFT, 2017; ETTER; RAVASI; COLLEONI, 2019; ZIVNUSKA *et al.*, 2019).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa articulou os temas geração Z, a tecnologia e o mundo do trabalho com o objetivo de compreender as características da geração Z e suas percepções sobre trabalho em face do contexto hipertecnológico.

Buscando responder à questão “Quais as características e as percepções da geração Z sobre a relação trabalho-tecnologia?”, o primeiro tema (Características da geração Z e suas projeções de trabalho) autoriza dizer que, neste corpus empírico, três características se destacam.

A primeira é a dificuldade com a continuidade e a conclusão de atividades, pela alternância constante entre várias tarefas. A segunda é a impossibilidade (admitida) de realizar várias coisas ao mesmo tempo, associando tal impossibilidade à valoração da qualidade final daquilo com que se envolvem. A terceira característica é sobre as novas formas de aprender.

As três características, tomadas em conjunto, têm como pano de fundo, uma ideia de “constituição tecnológica da vida”, ser um *online* instantâneo como marca de registro dos nativos digitais. Suas narrativas parecem indicar que ser um *online* instantâneo é ter que ressignificar conceitos fundamentais, com consequências ainda não de todo discerníveis, como os de tempo e espaço. O conceito de tempo dessa geração é dominado pela lógica do instante, do momentâneo, tempo suficiente para dar conta dos novos comandos (*click* da *selfie*;

curtir; compartilhar e congêneres), de forma que suas vidas e seus fazeres vão-se constituindo como sequências desordenadas de instantes-reflexos e automatismos tecnológicos que têm invadido todo tipo de atividade. Semelhantemente, vê-se modificada a noção de espaço pela sensação de “estar no mundo” somente quando está *online*.

Em termos de mundo do trabalho, o que essa característica da incompletude permanente, emergente a partir de um cenário de reconfiguração espaço-temporal, pode representar para organizações e trabalhadores? Poderia esse novo jeito de ser no mundo, se levado a níveis extremos, implicar o não trabalho, na medida em que, “no instante”, pouco se realiza e, no momentâneo, se esvai qualquer possibilidade de atividade processual? Uma inferência possível é que os próprios sujeitos respondem que, qualquer atividade que requeira resultado estará comprometida quanto ao término ou quanto à qualidade do produto final, se os contextos organizacionais forem homogeneizados pela perspectiva hipertecnológica, unidimensionalizante do humano. Se a preocupação ora destacada em suas falas for levada para o mundo do trabalho, elas indicam potenciais problemas de qualidade e eficiência, condições *sine qua non* do mundo organizacional e da vida profissional.

Especificamente, no tocante às suas percepções sobre a relação trabalho-tecnologia, o tema Percepções da Geração Z sobre tecnologia e sua relação com o trabalho mostram-se pertinente. Nele, destacam-se compreensões peculiares como a dificuldade de identificar as redes sociais como tecnologias. Sugere-se que isso guarda relação com a “natividade digital” dessa geração, o que foi reforçado em suas narrativas quanto à intensidade do uso. Quando perguntados sobre as redes sociais no contexto do trabalho, predominaram falas de ponderação sobre o uso futuro, alguns relacionando ao tipo de profissão que almejam, mas também alguns indicando ponderação já no presente e em contextos não laborais. Todavia, essa projeção futura, baseada em intencionalidades do presente, confronta-se com o potencial de dependência tecnológica que os próprios jovens admitem: vício se vai construindo.

Finalmente, “achados” interessantes desta pesquisa dizem respeito às relações intergeracionais. Sobre a aprendizagem, a maneira como a tecnologia revolucionou a relação de aprendizagem da nova geração faz enveredá-las pelo caminho do autodidatismo e da virtualidade na relação de formação de maneira convergente à tese contemporânea da democracia cognitiva. Nessa ideia educativa associada à sociedade da informação, tende-se a abrir mão, como afirma Forquin (2003), da “herança”, da tradição da geração anterior, pelo acesso seletivo e autônomo que o sujeito pode fazer do que “quer aprender” em face do que “quer ser” nos canais de informação sempre disponíveis. Mas, até mesmo autores alinhados com o paradigma da democracia cognitiva ressaltam as “crianças” nesse processo: “a relação pedagógica entre a criança e seus educadores não pode ser de mesma natureza que a relação entre indivíduos individualizados que dispõem do seu próprio poder de decisão.” (FORQUIN, 2003, p. 19-20). Duas “crianças” e suas aprendizagens despontam nos dados. O integrante da geração Z admite gozar da democracia cognitiva na adolescência, usando a tecnologia para isso, e o atual e futuro trabalhador Z, as “crianças” do mundo do trabalho contemporâneo, parecem estar chegando às organizações em status diferentes das gerações anteriores.

Os jovens reconhecem as gerações anteriores como os não nativos digitais em processo de descoberta e correndo o risco da dependência. O alerta parece estar invertido. Isso parece se explicar pelo comportamento mimético aparentemente praticado pelos mais velhos. Cumpre refletir que, se a geração Z for tomada acriticamente como modelo comportamental e cultural, junto com o avanço tecnológico também se reproduzirá aspectos “perigosos” como inquietude, incompletude permanente, perda de qualidade. Nesse sentido, que riscos os contextos multigeracionais de trabalho estarão correndo?

Os jovens ouvidos nesta pesquisa, mesmo em sua “paroquialidade”, sinalizam os riscos da ineficiência, da falta de qualidade e da emergência de um novo trabalhador, potencialmente “truncado”. É preciso ir além da aparência dos fenôme-

nos, especialmente os ligados à prática da adesão total, imediata e irrefletida às tecnologias informacionais, sem pensar-lhes conjuntamente a forma e os propósitos, sob o risco de retrocessos no uso da técnica e na relação entre os homens, com sensações de avanços. A recolocação consciente da convivência multigeracional desponta como caminho para lidar com essas novas demandas do trabalho, e também da escola, em um contexto com significações e demandas múltiplas para todas as gerações. Esse pode ser um caminho para se evitarem os reincidentes movimentos de unidimensionalização do humano e seu corolário: a homogeneização de comportamentos.

Esta pesquisa encerra, provisoriamente, o que foi pensado para a discussão das três dimensões, que são: geração Z, tecnologia e mundo do trabalho, mas abre o campo das possibilidades para ampliar a amostra, considerada como limitante deste estudo e para novas discussões, por exemplo, a realização de estudos comparativos com as demais gerações, tentando evidenciar possíveis conflitos geracionais no ambiente de trabalho, e a realização de discussões sobre o âmbito organizacional, apontando temas produtividade, conflitos e práticas profissionais.

Pedindo licença ao poeta [...]

*Já não somos os mesmos e queremos viver
como nossos filhos [...].
adaptado de Belchior (1976)*

REFERÊNCIAS

- ALBANDES-MOREIRA, L. A. **An exploratory study on the nature of the representations of organization, manager and management within a group of teachers of a business school**. 2002. 280 f. Tese (Doutorado em Administração) - École des Hautes Études Commerciales, Montreal, Quebec, 2002.
- ARTHUR, M.; ROUSSEAU, D. **The boundary-less career**: a new employment principle for a new organizational era. New York: Oxford University Press, 1996.
- BARBOSA, A. F. (coord.). **TIC Domicílios e Empresas 2012**: pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e comunicação no Brasil. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2013. Disponível em: www.cetic.br/publicacoes/2012/tic-domicilios-2012.pdf. Acesso em: 10 set. 2017.
- BARBOSA, C. **Saiba estipular um limite para as redes sociais no trabalho**. 2014. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/carreira/saiba-estipularumlimite-para-as-redes-sociais-no-trabalho/75789/>. Acesso em: 30 mar. 2019.
- BELK, R. Extended self and the digital world. **Current Opinion in Psychology**, v.10, p. 50-54, 2016.
- BILLINGS, D.; SHATTO, B. Moving on from millenials: preparing for generation Z. **The Journal of Continuing Education in Nursing**, v 47, n. 6, p. 253-254, 2016.
- BUBLITZ, M. J. **A Geração Z: prepare-se!** 2012. Disponível em: <http://www.rh.com.br/Portal/Mudanca/Artigo/8118/a-geracao-z-prepare-se.html>. Acesso em: 10 set. 2017.
- CARLSON, J. *et al.* Social media use in the workplace: a study of dual effects. **Journal of Organizational and End User Computing**, v. 28, n. 1, p. 15-31, 2016.
- CASELLA, S. The differences between *centennials* (Generation Z) and millennials (Generation Y). **Thought catalog**, 2015. Disponível em: <http://thoughtcatalog.com/stephanie-casella/2015/09/the-differences-between-Centennials-generation-z-and-millennials-generation-y/>. Acesso em: 30 abr. 2017.
- CASTRO, T. 'Nativos digitais vivem na era de empreender'. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 25 jan. 2016. Disponível em: <http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/suplementos/tecno/nativos-digitais-vivem-na-era-de-empreender-1.1479528>. Acesso em: 30 abr. 2017.

- CERETTA, S. B.; FROEMMING, L. M. Geração Z: compreendendo os hábitos de consumo da geração emergente. **Revista RAUnP**, v. 3, n. 2, p. 15-24, 2011.
- CHAVES, C. M. L.; LUFT, M. C. M. S. Uso das Redes Sociais no Ambiente Corporativo: a Visão de Usuários que Trabalham com Atendimento ao Público. *In*: CONGRESSO DE GESTÃO, NEGÓCIO E TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO, 1., 2017, Aracaju. **Anais [...]**. Aracaju: CGNTI, 2017.
- CSOBANKA, Z. E. The Z Generation. **Acta Technologica Dubnicae**, v. 6, n. 2, p. 63-76, 2016.
- DALAPRIA, N. T. *et al.* A inserção da Geração Z no Mercado de Trabalho e o impacto causado nas organizações. *In*: CONGRESSO INTERNACIONAL DE ADMINISTRAÇÃO, 2015, Ponta Grossa. **Anais [...]**. Ponta Grossa: UEPG, 2015.
- DOLOT, A. The characteristics of Generation Z. **E-mentor**, v. 74, n. 2, p. 44-50, 2018.
- ETTER, M.; RAVASI, D.; COLLEONI, E. Social media and the formation of organizational reputation. **Academy of Management Review**, v. 44, n. 1, p. 28-52, 2019.
- EVANS, P. Carreira, sucesso e qualidade de vida. **ERA - Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 36, p. 14-22, 1996.
- FORQUIN, J. C. Relações entre gerações e processos educativos: transmissões e transformações. *In*: CONGRESSO INTERNACIONAL CO-EDUCAÇÃO DE GERAÇÕES, 1., 2003, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo, 2003.
- FUSI, F.; ZHANG, F. Social Media Communication in the Workplace: Evidence From Public Employees' Network. **Review of Public Personnel Administration**, v. 0, n. 0, p. 1-27, 2018.
- GASKELL, G. Entrevistas individuais e grupais. *In*: BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 2002.
- GODOY, A. S. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. **RAE – Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 35, n. 3, p. 20-29, 1995.
- HALL, D. T.; MOSS, J. E. The new protean career contract: helping organizations and employees adapt. **Organizational dynamics**, v. 26, n. 3, p. 22-36, 1998.
- INDALÉCIO, A. B. **Entre imigrantes e nativos digitais: a percepção docente sobre as novas tecnologias da informação e comunicação (NTIC) e o ensino da educação física**. 2015. 206 f. Dissertação (Mestrado em Educação) - Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, SP, 2015.
- KELM, M. S. *et al.* O perfil e perspectivas da geração Z no mercado de trabalho na cidade de Ijuí/RS. *In*: JORNADA DA PESQUISA, 23., 2018, Ijuí, RS. **Anais [...]**. Ijuí, RS: Unijuí, 2018.
- LEVICKAITE, R. Generations X, Y, Z: how social networks form the concept of the world without borders (the case of Lithuania). **LIMES: Cultural Regionalistics**, v. 3, n. 2, p. 170-183, 2010.
- MENDONÇA, H. Conheça a Geração Z: nativos digitais que impõem desafios às empresas. **El País**, 2015. Disponível em: http://brasil.elpais.com/brasil/2015/02/20/politica/1424439314_489517.html. Acesso em: 30 abr. 2017.
- MENEZES, N.; MORAIS, M.; RASSI, W. Influência da Geração “Z” na relação de consumo. *In*: CONGRESSO NACIONAL DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO, 12., 2016, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro, 2016.
- MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 8. ed. São Paulo: Hucitec; Rio de Janeiro: Abrasco, 2004.
- MINAYO, M. C. S. Análise qualitativa: teoria, passos e fidedignidade. **Revista Ciência & Saúde Coletiva**, v. 17, n. 3, 2012.

- MOHR, K. A. J.; MOHR, E. S. Understanding generation Z students to promote a contemporary learning environment. **Journal on Empowering Teaching Excellence**, v. 1, n. 1, p. 84-94, 2017.
- NANNI, H. C.; CAÑETE, K. V. S. A importância das redes sociais como vantagem competitiva nos negócios corporativos. *In: CONGRESSO VIRTUAL BRASILEIRO DE ADMINISTRAÇÃO (CONVIBRA)*, 7., 2012, [S. l.]. **Anais [...]**. [S. l.]: Convibra, 2012.
- NOVAES, T. *et al.* Geração Z: uma análise sobre o relacionamento com o trabalho. *In: MOSTRA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DE PÓS GRADUAÇÃO, PESQUISA E EXTENSÃO*, 16., 2016, Caxias do Sul. **Anais [...]**. Caxias do Sul, 2016.
- PAIS, J. M. O mundo em quadrinhos: o agir da obliquidade. *In: PAIS, J. M.; ALMEIDA, M. I. M. D. (org.). Criatividade, juventude e novos horizontes profissionais*. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.
- PIRES, A. P. Amostragem e pesquisa qualitativa: ensaio teórico e metodológico. *In: POUPART, J. et al. A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos*. Petrópolis: Vozes, 2012.
- PISTORI, D. S. S.; SOUZA, F. J.; PEREIRA, N. L. O uso das redes sociais para fins pessoais no ambiente de trabalho: uma pesquisa de opinião. *In: CONGRESSO ONLINE DE ADMINISTRAÇÃO*, 11., 2014, Porto Alegre. **Anais [...]**. Porto Alegre, 2014.
- PRENSKY, M. Digital Natives, Digital Immigrants. **NCB University Press**, v. 9, n. 5, p. 1-6, 2001.
- REIS, E. V.; TOMAÉL, M. I. A geração Z e as plataformas tecnológicas. *In: SEMINÁRIO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO*, 6., 2016, Londrina. **Anais [...]**. Londrina, 2016.
- SANTANA, A. *et al.* Redes sociais nas organizações e suas novas formas de relacionamento. *In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE*, 13., 2011, Maceió. **Anais [...]**. Maceió, 2011.
- SECOM. **Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Brasília, 2015.
- SOLOMON, M. R. **O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**. 9. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.
- SOUZA, M. C. **Ética no ambiente de trabalho: uma abordagem franca sobre a conduta ética dos colaboradores**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
- TAPSCOTT, D. **A hora da geração digital: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos**. Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010.
- VEEN, W.; VRAKKING, B. **Homo Zappiens: educando na era digital**. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- ZIVNUSKA, S. *et al.* Social media addiction and social media reactions: the implications for job performance. **The Journal of Social Psychology**, p. 1-15, 2019.