

ALFABETISMO VISUAL E A GERAÇÃO Z

Alexandre Scherrer Tomé

mestre.scherrer@gmail.com

Doutorando em comunicação pela UMESP

DOI: 10.21882/ruc.v8i14.820

Recebido em: 18/02/2018

Aceito em: 15/06/2020

VISUAL LITERACY AND GENERATION Z

86

RESUMO

O artigo tem como o objetivo geral analisar o alfabetismo visual na geração Z. Este grupo corresponde às pessoas que nasceram entre 1995 e 2001, ou seja, após o surgimento da internet. Trata-se de uma geração que possui uma predisposição para absorver com maior facilidade informações visuais, auditivas e sensoriais. Quanto ao problema de pesquisa, pretende-se responder ao seguinte questionamento: quais são as principais características que constituem o alfabetismo visual na geração Z? O estudo tem como abordagem metodológica a utilização de uma pesquisa de natureza qualitativa do tipo exploratória. Dentre os principais resultados destaca-se uma geração com predisposição para absorver e compartilhar com facilidade informações visuais.

Palavras-chave: Alfabetismo visual. Geração Z. Linguagem visual.

ABSTRACT

The general objective of the article is to analyze the visual alphabet in generation Z. This group corresponds to people were born between 1995 and 2001, or after access to the Internet. This is a generation that has a predisposition for absorber with greater ease of visual, auditory and sensory information. As a research problem, this article wants to answer the question: what are the main features that visual alphabet generates in Z? The study has as methodological approach the use of a qualitative research of exploratory type. Among the main results obtained a generation predisposed to the absorbent and share with the visual information.

Keywords: Visual literacy. Generation Z. Visual language.

Introdução

A geração Z corresponde às pessoas que nasceram entre 1995 e 2001, ou seja, após o surgimento da internet. Trata-se de uma geração que possui uma predisposição para absorver e compartilhar com maior facilidade informações visuais, auditivas e sensoriais.

O alfabetismo visual vai além do simples ato de enxergar. Implica compreender e compartilhar o significado em um certo nível de universalidade. A realização disso exige que se ultrapasse os poderes visuais inatos do organismo humano. (DONDIS, 1997).

Essa compreensão implica o modo de ver e compartilhar o significado de uma imagem, na leitura e compressão do que está sendo observado. O objetivo geral desta pesquisa visa analisar o alfabetismo visual na geração Z. Quanto aos objetivos específicos, pretende-se verificar de que maneira ocorre o alfabetismo visual na geração Z e a identificação dos níveis de percepção e compreensão visual deste grupo.

Neste estudo pretende-se responder ao seguinte questionamento: quais são as principais características que constituem o alfabetismo visual na geração Z?

O artigo tem como abordagem metodológica a utilização de uma pesquisa de natureza qualitativa do tipo exploratória. O estudo foi delineado por um levantamento bibliográfico a fim de analisar conceitos, autores e materiais publicados, tendo como objeto de análise a observação de algumas obras criadas pela artista Victória, no qual a partir da análise das ilustrações da artista, é

possível identificar exemplos de algumas técnicas descritas por Dondis.

Referencial teórico

Alfabetismo visual e a geração z

Uma geração é um grupo de pessoas que pode ser identificado por ano de nascimento, idade, localização e eventos significativos que criam a sua personalidade (BAUMAN, 2007). Ela pode ser desenvolvida por eventos importantes da vida como guerras, novas tecnologias ou transições. A palavra geração vem do latim *generation*, na qual serve para designar grupos de pessoas delimitados por espaço cronológico durante o nascimento, susceptíveis as mesmas condições histórico-sociais.

Atualmente existem quatro classificações de gerações amplamente divulgadas: *Baby Boomer*, geração X, Y e Z.

A geração *Baby Boomer* é tida por qualquer pessoa nascida entre 1943 e 1960 e é chamada desta maneira porque houve um aumento representativo na taxa de natalidade quando os combatentes voltaram da Segunda guerra mundial, criando assim um *baby boom*, ou seja, uma explosão populacional, especialmente nos Estados Unidos. Esse tipo de explosão demográfica pode ser compreendido como um fenômeno de ação compensatória em virtude das vidas ceifadas pela guerra e pela preservação da espécie.

Eles foram criados em um próspero ambiente econômico e sem a dependência da tecnologia, como as gerações mais jovens. Costa; Costa. e Ladeira (2013), descrevem que

[...] a expectativa era que essas crianças cresceriam em um mundo melhor que o de seus pais, devido ao movimento de reconstrução da sociedade que a geração anterior realizava. Os jovens eram criados dentro de rígidos padrões disciplinares na família, nos estudos e no trabalho, as contestações não eram aceitas, e os que tentavam infringir essas regras eram castigados e recebiam punições. (COSTA; COSTA; LADEIRA, 2013, p.10)

A geração X compreende os nascidos entre 1961 e 1982 – os filhos dos *Baby Boomers* – que tiveram como principal estímulo a presença da televisão, relevante nas mudanças comportamentais e no aumento do consumo. As crianças da recém-inaugurada geração X aprendiam desde cedo que tudo era possível se tão somente elas desejassem algo e acreditassem nele. A expressão “querer é poder” ficou muito popular nesse período [...]” (OLIVEIRA, 2012, p. 45-46).

Os pais demonstravam que para conquistar as coisas era necessário trabalhar muito, o que impulsionou estes jovens a buscarem a independência financeira e pessoal para usufruir de seus desejos.

Foi nessa época que surgiu nos Estados Unidos o termo *workaholic* (viciado em trabalho), que define muito bem o princípio de vida adotado pela geração X – o trabalhador compulsivo (OLIVEIRA, 2012).

A geração Y são os indivíduos nascidos na década de 80 e 90. Esse termo foi mencionado pela primeira vez em um editorial da revista norte-americana *Advertising Age* em meados do ano de 93 (ESTEVEES, 2013).

Eles também são chamados de *Millennials* por causa da entrada do novo milênio e por serem criados em uma era mais digital. São tidos por valorizarem mais a qualidade de vida do que o trabalho por si próprio e é o grupo mais recente ao entrar no mercado de trabalho de maneira ativa e com perspectiva de carreira. “O grande desafio da geração Y é inovar, aproveitando o legado recebido das gerações anteriores e preparando o próprio legado para a próxima geração – afinal, cada geração transforma e influencia a próxima. Esta é a vida como ela é” (OLIVEIRA, 2012, p. 81).

A geração Z faz parte de uma geração global, social, visual e tecnológica. É tida como a mais conectada, educada e sofisticada de todos os tempos. Também é conhecida como a geração *ZAP*, nativos digitais, *Net Generation*, *N-Geners*, *egeneration*, *generation Z*, *Zap generation* e *Hommo Zappiens* (FREIRE FILHO; LEMOS, 2008).

Os *Zap generation* nasceram em um período de recessão global, aquecimento global e ataques terroristas e estão vivendo uma era de mudanças nas estruturas domésticas; são os estudantes de hoje e os graduados, funcionários e consumidores de amanhã.

Bastos (2012) relata como um grupo orientado para o resultado, pessoas impacientes, ansiosas e muito informadas que buscam viver a vida mais intensa, são proativas, ágeis e tem habilidade para lidar com eletrônicos e informática.

No trabalho são pessoas mais preocupadas com a carreira do que a organização, tendem levar trabalho para o ambiente pessoal, seja fazendo *home office* ou socializando

com colegas de empresa. São adeptas à comunicação instantânea e atualizam-se constantemente às novas tecnologias.

Este grupo tem sido objeto de estudos de vários campos do conhecimento, como a psicologia, sociologia e marketing (CERETTA; FROEMMING, 2011). De acordo com Silva e Borges (2013, p.04), “a chamada Geração Z: Assim foi denominada por zapear de uma coisa para outra, olham televisão, ficam no telefone, no computador entre outras coisas, simultaneamente”.

Na chamada Geração Z, a interação simultânea para eles é algo natural.

A Geração Z tem um conceito de mundo sem limites geográficos, esta geração tem muita facilidade e domínio das novas tecnologias e senso de urgência em conhecer e se conectar a todas as possibilidades de intercâmbio virtual. Com toda esta interação tecnológica a Geração Z passa boa parte do tempo encerrada em seu mundo particular, muitas vezes sem conversar com ninguém, nem mesmo com os pais, o que causa carência dos benefícios decorrentes das relações interpessoais. (SILVA; BORGES, 2013, p.04)

Para Arnheim (1992), psicólogo alemão behaviorista, conhecido por seus estudos no campo da percepção visual e da arte, as expressões visuais aludem a uma forma de conhecimento acessível a todos.

Essas habilidades identificadas na geração Z vêm ao encontro da descrição de Dondis (1991) quando relata a maneira de que a cultura é representada pelo estilo artístico, ou da síntese visual dos elementos, técnicas, sintaxe, inspiração, expressão e propósito básico de criação. Para Dondis (2007), as artes visuais comunicam

[...] explorando como e o que as artes visuais “comunicam”. Creio que alguns dos trabalhos mais significativos nesse campo foram realizados pelos psicólogos da Gestalt, cujo principal interesse têm sido os princípios da organização perceptiva, o processo da configuração de um todo a partir das partes. (DONDIS, 2007, p.22)

Conforme relata a autora, os elementos visuais são constituídos a partir de uma substância básica daquilo que enxergamos: o ponto, a linha, forma, direção, valor, matiz, saturação, textura, escala, dimensão e o movimento. A compreensão destes elementos visuais são a matéria-prima de toda informação visual, ela permite que um indivíduo possa compreender a sintaxe visual.

Visualizar é ser capaz de formar imagens mentais. Lembramo-nos de um caminho que, nas ruas de uma cidade, nos leva a um determinado destino, e seguimos mentalmente uma rota que vai de um lugar a outro, verificando as pistas visuais, recusando o que não nos parece certo, voltando atrás, e fazemos tudo isso antes mesmo de iniciar o caminho. (DONDIS, 1991, p.14)

Apesar da difusão da imagem pela da tecnologia desde a última metade do século XX, o fato é que somos seres visuais antes de nos tornarmos seres linguísticos. A competência visual precede a competência linguística e pode-se dizer que a linguagem evoluiu por sua conexão junto a capacidade visual.

De acordo com Dondis (1991), a primeira experiência de aprendizagem de uma criança é por meio da conscientização tátil. Além desse conhecimento prático, o reconhecimento inclui o cheiro, audição, e degustação em um contato rico com o meio ambiente.

É a partir dessa primeira experiência de mundo que organizamos nossas necessidades e prazeres, preferências e medos, com grande dependência do que vemos, chegamos a valorizar a capacidade linguística acima de todas as outras.

De todos os nossos receptores sensoriais, os olhos são o nosso canal de informação completo e complexo para o cérebro. A retina do olho humano, que na verdade é uma consequência do próprio cérebro.

Ele coleta a luz do mundo visível ao nosso redor e a converte em impulsos nervosos. O nervo óptico transmite esses sinais para o cérebro, onde a imagem é interpretada pelo córtex cerebral.

Compreender a mensagem visual é natural até certo ponto, mas a eficácia em ambos os níveis só pode ser alcançada pelo estudo, ou seja, compreender o básico da linguagem visual, como pontos, linhas, formas, tom, cor, texturas, escala e movimento, permitindo que o indivíduo tenha uma compreensão mais clara das mensagens visuais (DONDIS, 1991).

Os elementos visuais constituem a substância básica daquilo que vemos, e seu número é reduzido: o ponto, a linha, a forma, a direção, o tom, a cor, a textura, a dimensão, a escala e o movimento. Por poucos que sejam, são a matéria-prima de toda informação visual em termos de opções e combinações seletivas. A estrutura da obra visual é a força que determina quais elementos visuais estão presentes, e com qual ênfase essa presença ocorre. (DONDIS, 1991, p.53)

Dondis (1991 p.54) afirma: “Para analisar e compreender a estrutura total de uma linguagem visual, é conveniente con-

centrar-se nos elementos visuais individuais, um por um, para um conhecimento mais aprofundado de suas qualidades específicas”.

[...] Sabemos que o estudo da linguagem visual proporciona uma melhor compreensão das mensagens visuais. O conhecimento da linguagem visual e de sua alfabetização é fundamental no desenvolvimento de critérios de leitura da imagem visual e tem por objetivo ultrapassar a resposta natural dos sentidos e os gostos e preferências condicionados. (COUTO, 2000, p.17)

Sinatra (1986, p.5) sugere a seguinte definição: “alfabetização visual é a reconstrução ativa para obtenção de sentido, da experiência visual passada com as mensagens visuais atuais”. Ele descreve a maneira como a alfabetização visual emana de um núcleo não-verbal. Assim, ela torna-se um componente para a alfabetização nos processos de pensamento, de compreensão e composição que superam à leitura e a escrita. “A linguagem separa, nacionaliza, o visual unifica. A linguagem é complexa e difícil; o visual tem a velocidade da luz, e pode expressar instantaneamente um grande número de ideias” (DONDIS, 1997, p.82).

Procedimentos metodológicos

Este artigo tem como abordagem metodológica a utilização de uma pesquisa de natureza qualitativa do tipo exploratória com a utilização de uma pesquisa bibliográfica. De acordo com Gil (2008), a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos.

Araújo e Oliveira (1997) descrevem a pesquisa qualitativa da seguinte forma:

[...] se desenvolve numa situação natural, é rico em dados descritivos, obtidos no contato direto do pesquisador com a situação estudada, enfatiza mais o processo do que o produto se preocupa em retratar a perspectiva dos participantes, tem um plano aberto e flexível e focaliza a realidade de forma complexa e contextualizada. (ARAÚJO; OLIVEIRA, 1997, p.11)

Para Malhotra (2001, p.106), a pesquisa exploratória “tem como principal objetivo o fornecimento de critérios sobre a situação-problema enfrentada pelo pesquisador e sua compreensão”.

Análise e discussão dos resultados

Ao observar a interação da geração Z com as mídias visuais e digitais, observa-se que essa relação predominantemente visual presente na comunicação multimídia de uma certa maneira remete ao passado dos cavernícolas¹, tendo como representações as pinturas em cavernas, em uma época em que imagens e sons eram as formas dominantes ou únicas na comunicação humana.

O estilo de uma imagem visual descreve os meios pelos quais objetivos estéticos são alcançados, os valores refletidos nesses fins e a cultura em que esses valores prevalecem (LINDSTROM, 1995).

Muitos jovens acabam usando a sua imagem na rede social como homenagem a si mesmo, sendo os próprios criadores e curadores de arte; com o auxílio de aplicativos de mixagem e estúdios virtuais de sonorização

eles criam listas de reprodução musicais, filtram publicações de seus interesses nos *feeds* do Instagram, buscam recomendações de novas experiências artísticas de seus amigos, buscam maneiras de representar o mundo ao seu redor e atuam como distribuidores de arte com apenas um clique em compartilhar ou curtir um *post*.

McCrinkle (2011) aponta que os *Zap generation* podem ser descritos como adaptativos ou artistas, possuem uma intimidade singular com as mídias e as artes visuais. Essa facilidade e intimidade na utilização das artes visuais a fim de se comunicar e expressar são marcas latentes dessa geração, tornando-se parte de sua cultura.

O alfabetismo visual começa com a compreensão dos elementos básicos usados nas declarações visuais e a sintaxe da comunicação compreende a organização destes elementos. Dondis (1991) descreve vários tipos de técnicas de comunicação visual que auxiliam na compreensão e a interpretação do conteúdo desejado.

Seguem abaixo algumas ilustrações criadas por Victoria Roman, uma jovem artista brasileira, e expostas em sua página do Instagram. A partir da análise das ilustrações da artista, é possível identificar exemplos de algumas técnicas descritas por Dondis.

¹ A noção de cavernícola refere-se àquele que usa uma caverna como moradia ou abrigo. A ideia de cavernícola ou homem das cavernas é usada para nomear o ser humano pré-histórico ou seus ancestrais que viviam nessas cavernas. (CONCEITO D, 2019)

FIGURA 1: Mulher no balanço – Atividade



Fonte: Instagram @vilustra (2019)

As técnicas visuais, de acordo com Dondis (1991), oferecem uma grande variedade expressão visual de conteúdo. A imagem 1² apresenta esse tipo de atividade, cuja técnica reflete o movimento por meio da representação ou da sugestão.

FIGURA 2: Performance – Equilíbrio



Fonte: Instagram @vilustra (2019)

² Reprodução de imagem. Mulher no balanço – Atividade. Disponível em <<https://www.instagram.com/p/Bw03s47H9SJ/>>. Acesso em 12 dez. 2019

A imagem 2³ apresenta um dos elementos mais importantes, o equilíbrio. “O equilíbrio é o elemento mais importante das técnicas visuais. Sua importância fundamental baseia-se no funcionamento da percepção humana e na enorme necessidade de sua presença [...]” (DONDIS, 1997, p.141).

FIGURA 3: Transparência



Fonte: Captação e edição Amanda Cristina e Victoria Roman (2016)

A técnica de transparência⁴ envolve detalhes visuais que nos revelam o segundo

³ Reprodução de imagem. Performance – Equilíbrio, 2019. Disponível em <<https://www.instagram.com/p/BxtXnMvHJfm/>>. Acesso em 12 dez. 2019

⁴ Reprodução de imagem. Transparência, Captação e edição. Amanda Cristina e Victoria Roman, 2016.

plano com uma outra imagem contendo elementos diferentes. “Relacionamos interativamente estes elementos; temos em vista um significado” (DONDIS, 1997, p.30).

Os detalhes nos elementos visuais são essenciais para construção da informação visual. Hoffmann, Eppler e Bresciani (2012) abordam que a visualização estimula o compartilhamento do conhecimento, facilitando o processo de geração de ideias. Sugere-se que as várias mídias visuais – o computador, vídeo, impressão etc. – tem sua própria forma característica e específica, além de habilidades para aprendizado.

Dondis (1991) aponta que cada meio tem sua própria estrutura e metodologia e, quando combinados, aprimoram e enriquecem a alfabetização visual. Essa interação com o universo digital influencia os canais sensoriais/sentidos dessa geração a partir da sua inserção nas redes sociais – vídeo *games*, realidade virtual, *YouTube*, séries online – e são fontes ricas em estímulos, sobretudo os canais visuais e auditivos.

[...] o uso corriqueiro de tais ferramentas, a velocidade no trânsito das informações, a interatividade proporcionada e as múltiplas formas de mídia disponíveis influenciaram algumas das características comportamentais desses indivíduos. (LISBOA; SANTOS, 2013, p.06)

A alfabetização visual, a televisão e a informática têm muito em comum, embora

mantenham identidades únicas. No caso dos computadores, eles são dotados de recursos e linguagens de processamento visual, permitem criar, manipular e comunicar ideias de maneira visual.

Desta forma podemos identificar diversas habilidades específicas. Somos mais atraídos visualmente e recebemos mais informações através dos nossos olhos do que de todos os outros sentidos combinados.

Observamos as complexas expressões faciais, movimentos oculares e linguagem corporal do falante, os detalhes do ambiente e/ou fazemos uma anotação visual enquanto examinamos e memorizamos as características faciais e físicas das pessoas.

Considerações finais

Os *milleniuns* são promotores de conteúdo e informação com influência além dos anos; são os pré-adolescentes, adolescentes, jovens adultos de nossa sociedade global. Eles são os primeiros a adotar os influenciadores da marca, os impulsionadores das mídias sociais e os líderes da cultura pop.

A utilização de recursos e técnicas sem nenhum tipo de curso específico ou preparo técnico, feito de maneira espontânea e natural, são alguns *insights* que marcam esta geração no tocante da formação de uma mente com pré-disposição para as artes.

A utilização dos componentes visuais básicos como meio de conhecimento e compreensão tanto de categorias completas dos meios visuais quanto de obras individuais é um método excelente para explorar o sucesso potencial e consumado de sua expressão. (DONDIS, 1991 p.53)

Disponível em: <https://static.wixstatic.com/media/cccad9_3596efbacb164f4fac2063c24e470e0c~mv2_d_1365_2048_s_2.jpg/v1/fill/w_527,h_790,al_c,q_85,usm_0.66_1.00_0.01/26106348214_f66fda01d5_k.webp>. Acesso em 12 dez. 2019

A utilização desses recursos de aparência pode ser observada segundo Dondis (1991) como os elementos da linguagem visual no qual são considerados fundamentais para a composição visual.

Manipular esses elementos é como constituir palavras para compor uma mensagem desejada em que as competências necessárias sejam a de usá-las apenas imagens de maneira eficaz, ou seja, quando agregam valor ao significado, fornecem informações vitais para a comunicação visual, tornando-se base da alfabetização visual. Arnheim (1992) destaca que as expressões visuais aludem a uma forma de conhecimento acessível a todos.

As contribuições teóricas deste estudo permitiram apresentar e abordar autores e conceitos sobre este público tão emblemático, pois são os artistas e estudantes de hoje, os graduados, influenciadores e funcionários de amanhã. Como proposta para estudos futuros, recomenda-se a identificação de outras obras retratadas por artistas que pertencem à geração Z a fim de analisar e identificar em seus estilos artísticos as técnicas da comunicação visual descritas por Dondis.

Referências

- ARAÚJO, A. O.; OLIVEIRA, M. C. **Tipos de pesquisa**. Trabalho de conclusão da disciplina Metodologia de Pesquisa Aplicada a Contabilidade – Departamento de Controladoria e Contabilidade da USP. São Paulo, 1997.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1995.
- ARNHEIM, R. **Arte e percepção visual: uma psicologia da visão criadora**. São Paulo: Pioneira, 1992.
- BASTOS, R. **Surge no mercado de trabalho um mesclado de profissionais de gerações distintas**, 2012. Disponível em <<http://www.administradores.com.br/artigos/carreira/geracao-x-e-y/64388/>>. Acesso em: 14 nov. 2019.
- BORGES *et al.* Implicações de um Cenário Multigeracional no Ambiente de Trabalho: Diferenças, Desafios e Aprendizagem. In: **IV Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho: ANPAD Brasília/DF**, 2013. p. 04. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/EnPR250.pdf>. Acesso em: 14 nov. 2019.
- CERETTA *et al.* Geração Z: Compreendendo os hábitos de consumo da geração emergente. **RAUnP**, Natal, v. 3, n. 2, p. 15-24, abr./set. 2011. Disponível em: <https://repositorio.unp.br/index.php/raunp/article/view/70>. Acesso em: 14 nov. 2019.
- COSTA *et al.* O Conflito de Gerações e o Impacto no Ambiente de Trabalho. In: **IX Congresso Nacional de Excelência em Gestão**, Rio de Janeiro, 2013. p. 10. Disponível em: <http://www.inovarse.org/filebrowser/download/15417>. Acesso em: 14 nov. 2019.
- CONCEITO D. **Conceito de cavernícola**. 2019. Disponível em: <<https://conceito.de/cavernicola/>>. Acesso em: 20 de maio de 2020.
- COUTO, R. C. A. **Escolarização da Linguagem Visual: Uma Leitura dos Documentos ao Professor**. 2000. 160 f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Faculdade de

Educação, Universidade Federal de Minas Gerais: Belo Horizonte, 2000.

DONDIS, D. A. **Sintaxe da Linguagem Visual**: Tradução Jefferson Luiz de Camargo. Título original: *A Primer of Visual Literacy, Massachusetts Institute of Technology*, 1973 1. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1991.

_____. **Sintaxe da linguagem visual**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

ESTEVES, S. **O que é Estudo de Gerações e por que se fala tanto sobre isso?** Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/veteranos-a-nova-fronteira-da-diversidade/>>. Acesso em: 14 nov. 2019.

FREIRE FILHO, J.; LEMOS, J. F. Imperativos de Conduta Juvenil no século XXI: a “Geração Digital” na mídia impressa brasileira. **Comunicação, Mídia e Consumo**. São Paulo, v. 5, n. 13, p. 11-25, jul. 2008. Disponível em: <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/124>. Acesso em: 14 nov. 2019.

HOFFMANN *et al.* **Idealização de modelos de negócios: uma abordagem experimental para uma ação de métodos baseados em equipes**. 12^a Escola Europeia de Administração da EU-RAM, Roterdã, 2012.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

LINDSTROM, Robert L. **Guia *bussines week* para apresentações em multimídia**. São Paulo: MAKSON Books, 1995.

LISBOA, Wellington T.; SANTOS, Wandressa P. dos. **Características da Geração Z e**

suas influências na Comunicação Organizacional. In: XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste- INTERCON, São Paulo, 18, 2013. Disponível em: <http://docplayer.com.br/59773492- Caracteristicas-da-geracao-ze-suas-influencias-na-comunicacao-organizacional-1.html>. Acesso em: 14 nov. 2019.

MALHOTRA, N K. **Pesquisa de *marketing*: uma orientação aplicada**. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

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

OLIVEIRA, Sidnei. **Jovens para sempre: como entender os conflitos das gerações**. São Paulo: Integrare, 2012.