UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE

PATRICIA ALVES BRUNIDO

IDENTIDADE GERACIONAL DA GEN Z

São Paulo
2023

PATRICIA ALVES BRUNIDO

IDENTIDADE GERACIONAL DA GEN Z

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração de Empresas da Universidade Presbiteriana Mackenzie, como requisito parcial à obtenção de título de Mestre em Administração de Empresas.

Orientadora: Prof.ª. Drª. Darcy Mitiko Mori Hanashiro

São Paulo

2023

Elaborado pelo Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica da Mackenzie
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

B896i Brunido, Patricia Alves.

Identidade geracional da gen z : [recurso eletrônico] / Patricia Alves Brunido.

2300 KB ; il.

Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) - Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2023.

Orientador(a): Prof(a). Dr(a). Darcy Mitiko mori Hanashiro.

Referências Bibliográficas: f. 101-109.

1. Formação Da Identidade Geracional. 2. Geração Z. 3. Gen Z. 4. Gerações. 5. Jovens. I. Hanashiro, Darcy Mitiko mori, *orientador(a)*. II. Título.

Bibliotecário(a) Responsável: Jaqueline Bay Inácio Duarte - CRB 8/9509

PATRICIA ALVES BRUNIDO

IDENTIDADE GERACIONAL DA GEN Z

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração de Empresas da Universidade Presbiteriana Mackenzie, como requisito parcial à obtenção de título de Mestre em Administração de Empresas.

Aprovada em 09 de agosto de 2023.

BANCA EXAMINADORA:

Prof.ª. Drª. Darcy Mitiko Mori Hanashiro
Universidade Presbiteriana Mackenzie

gov.br Documento assinado digitalmente
ALMIR MARTINS VIEIRA
Data: 10/08/2023 19:27:53-0300
Verifique em https://validar.iti.gov.br

Prof. Dr. Almir Martins Vieira
Universidade Presbiteriana Mackenzie

Prof. Dr. Joel Dutra
Universidade de São Paulo

Folha de Identificação da Agência de Financiamento

Autor: Patricia Alves Brunido

Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Administração de Empresas

Título do Trabalho: IDENTIDADE GERACIONAL DA GEN Z

O presente trabalho foi realizado com o apoio de:

☒ CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

☐ CNPq - Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico

☐ FAPESP - Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo

☐ Instituto Presbiteriano Mackenzie/Isenção integral de Mensalidades e Taxas

☐ MACKPESQUISA - Fundo Mackenzie de Pesquisa

☐ Empresa/Indústria:

☐ Outro:

Ao meu marido, Cristiano, meu melhor amigo, companheiro de todas as horas.

AGRADECIMENTOS

À minha orientadora, Prof. Dra. Darcy M. M. Hanashiro, não só por seu aconselhamento assertivo, estímulo permanente, mas também por sua paciência, disponibilidade e apoio em todos os momentos deste trabalho.

Aos jovens participantes desse estudo que, generosamente, se disponibilizaram prontamente a com ele colaborar. Sem vocês e suas valiosas reflexões não teríamos como compreender as nuances de nosso objeto de pesquisa.

Aos professores componentes da banca examinadora dessa dissertação, Prof. Dr. Almir Martins Vieira e Prof. Dr. Joel Dutra, por suas inestimáveis contribuições no exame de qualificação.

Aos professores do curso de mestrado da Universidade Presbiteriana Mackenzie, por todos os conhecimentos e experiências partilhados. Um agradecimento especial à Prof. Dra. Maria Luiza Mendes Teixeira, pelos valiosos ensinamentos e ricas discussões durante a disciplina Valores Humanos e Gestão, ao Prof. Dr. Almir Martins Vieira, pelo encorajamento, e ao Prof. Dr. Diógenes de Souza Bido, por compartilhar de forma tão leve seu conhecimento e bastante material acadêmico extra, que também muito ajudou nesta caminhada.

Aos meus colegas no Mestrado em Administração de Empresas da Universidade Presbiteriana Mackenzie, Raphael Costa e André Lozano Ferreira, que sempre estiveram disponíveis para me socorrer em diversos momentos, além do apoio moral constante.

Ao meu marido, Cristiano Koga, por todo o amor, apoio, por sua imensa paciência, e por compreender a minha ausência nas longas horas dedicadas a este trabalho. Sem você, nada disto seria possível.

Aos meus sobrinhos Lucas, Malu, Felipe e João, por despertarem em mim o desejo de querer entender melhor a geração Z.

Este trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

“Educação não transforma o mundo. Educação muda as pessoas. Pessoas transformam o mundo.”

Paulo Freire

RESUMO

Em um mundo em rápida transformação, as organizações são confrontadas com inúmeros desafios como atrair e reter jovens talentos e gerenciar as relações entre pessoas que representam diferentes gerações. Estudos sugerem que o pertencimento geracional influencia as atitudes e comportamentos dos indivíduos. A teoria da identidade geracional serviu como base para este estudo, que teve como principal objetivo analisar e descrever quais fatores influenciam a formação da identidade geracional de jovens pertencentes à Geração Z, a mais recente a ingressar na força de trabalho. Utilizando o método qualitativo, foram entrevistados 18 jovens com idades entre 19 e 27 anos. A análise dos dados revela a influência de múltiplos fatores na formação da identidade geracional dos jovens da Gen Z, como o compartilhamento de experiências relacionadas a eventos históricos e fatores culturais, similaridade de fases da vida, contexto organizacional, além de experiências individuais. Igualmente, a pesquisa destaca a importância da família nesse processo, por meio de encorajamento e suporte emocional e financeiro. Outro achado diz respeito ao uso que os participantes fizeram de comparações com outras gerações para reforçar a sua própria identidade geracional, embora supostas diferenças possam ser baseadas apenas em estereótipos. O estudo sugere ainda que a coorte estudada, embora englobe pessoas nascidas em um determinado período de anos, deve ser considerada um grupo heterogêneo, tendo em conta as características que demonstram a sua pluralidade. Este trabalho contribui para a literatura ao trazer elementos como o componente familiar e as experiências individuais como fatores influenciadores na formação da identidade geracional da Gen Z, destacando ainda a importância de questões socioeconômicas nesse processo.

Palavras-Chave: Formação da identidade geracional. Geração Z. Gen Z. Gerações. Jovens.

ABSTRACT

In a rapidly changing world, organizations are faced with numerous challenges such as attracting and retaining young talent and managing inter-generational relationships. Research suggests that generational belonging influences individuals' attitudes and behaviors. Based on the generational identity theory, the objective of this study was to analyze and describe which factors influence the construction of the generational identity of members of Generation Z, the most recent to enter the workforce. Following a qualitative approach, 18 young people aged between 19 and 27 years were interviewed. Data analysis reveals the influence of multiple factors in shaping the generational identity of Gen Z, such as sharing experiences related to historical events and cultural factors, similarity of life stages, organizational context, in addition to individual experiences. The results also highlight the importance of the family in this process, through encouragement and emotional and financial support. Another finding concerns the use that participants made of comparisons with other generations to reinforce their own generational identity, although supposed differences may be based solely on stereotypes. This work also suggests that the analyzed generational cohort, although it includes people born in a certain period of years, should be treated as a heterogeneous group, considering the characteristics that demonstrate its plurality. This research contributes to the literature by bringing elements such as family and individual experiences as influencing factors in the construction of Gen Z's generational identity, also highlighting the importance of socioeconomic issues in this process.

Key words: Generational identity construction. Generation Z. Gen Z. Generations. Young people.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Produção científica anual 19
Figura 2 – Múltiplas Facetas da Identidade Geracional 26
Figura 3 – Fatores influenciadores da Identidade Geracional 30
Figura 4 - Modelo conceitual proposto a partir da análise dos dados coletados. 41
Figura 5 - Você se identifica com a vinheta? Respostas por idade. 42
Figura 6 - Você se identifica com a vinheta? Respostas por gênero. 43
Figura 7 - Identificação com as características da vinheta 44

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Síntese de estudos sobre identidade geracional..... 20
Quadro 2 – Temas na literatura sobre identidade geracional..... 28
Quadro 3 – Perfil dos Entrevistados..... 34
Quadro 4 - Características atribuídas pelos participantes à sua geração..... 47

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO 14
2. REFERENCIAL TEÓRICO 18
2.1. ESTRATÉGIA DE BUSCA DA RSL 18
2.2. ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA 19
2.3. REVISÃO SISTEMÁTICA – RESULTADOS 21
2.3.1. GERAÇÕES E IDENTIDADE SOCIAL 22
2.3.2. IDENTIDADE GERACIONAL 24
2.3.3. FATORES INFLUENCIADORES DA IDENTIDADE GERACIONAL 27
3. PERCURSO METODOLÓGICO 32
3.1. CARACTERIZAÇÃO GERAL DA PESQUISA 32
3.2. PARTICIPANTES 33
3.3. COLETA DE DADOS 35
3.4. TÉCNICA DE ANÁLISE DE DADOS 39
4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS 41
4.1. UMA GERAÇÃO PLURAL 42
4.1.1. NECESSIDADES E PREFERÊNCIAS NO LOCAL DE TRABALHO 49
4.2. EXPERIÊNCIAS COMPARTILHADAS 53
4.2.1. EVENTOS HISTÓRICOS 53
4.2.2. FATORES CULTURAIS 57
4.2.2.1. TECNOLOGIA 58
4.2.2.2. MÚSICA 63
4.2.2.3. LINGUAGEM 65
4.2.3. FASES DE VIDA 70
4.3. CONTEXTO ORGANIZACIONAL 73
4.4. RELAÇÕES INTERGERACIONAIS 79
4.5. ENCORAJAMENTO FAMILIAR 85
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS 95
REFERÊNCIAS 101
APÊNDICE A – TCLE 110
APÊNDICE B - VINHETA 113
APÊNDICE C - ROTEIRO DE ENTREVISTA 114

1. INTRODUÇÃO

Em 2014, aos 17 anos, a paquistanesa Malala Yousafzay se tornou a mais jovem ganhadora do Nobel da Paz, por sua luta em defesa do direito das mulheres à educação. Em Janeiro de 2020, a adolescente sueca Greta Thunberg fez um discurso para líderes mundiais no Fórum Econômico Mundial em Davos alertando sobre a necessidade de ações para conter os impactos das alterações climáticas e acrescentou "minha geração não vai desistir sem lutar". Na abertura da Conferência do Clima das Nações Unidas de 2021, uma jovem brasileira de 24 anos chamada Txai Suruí também abordou a crise climática, além de ressaltar a importância dos povos indígenas na proteção da Amazônia. O que estas três personagens têm em comum é que todas poderiam ser associadas a um rótulo baseado em coorte ou idade, mais conhecido como "Geração Z" ou "Gen Z", que são os nascidos após 1995 (BERG; ODDANE; LAMØY, 2022; MALONI; HIATT; CAMPBELL, 2019; TWENGE, 2018), um grupo por vezes referido também como *iGeneration* ou *iGen*, por se tratar da primeira geração a ser criada inteiramente na era digital (TWENGE, 2018).

Estudos têm apontado algumas características da geração Z como pragmatismo, individualismo, imediatismo e apetite de risco reduzido (BERG; ODDANE; LAMØY, 2022; CHICCA; SHELLENBARGER, 2018; GAIDHANI; ARORA; SHARMA, 2019; SCHWIEGER; LADWIG, 2018), falta de foco (NASCIMENTO et al., 2016), egocentrismo e pessimismo (MATRAEVA et al., 2019), visão superficial e necessidade constante de atenção (KLIPKOVA; KOZMUK; TSEBENKO, 2021), adaptabilidade e criatividade (MOMOT; LYTVYNENKO, 2021) e elevados padrões morais éticos (LESLIE et al., 2021). Um relatório do Banco Mundial (SCHADY et al., 2023) alerta que esta é a geração com maior risco de pobreza, tendo sido a mais atingida pela crise do coronavírus, após o fechamento de escolas e também a perda de empregos. Segundo dados do IBGE (2023), a taxa de desemprego entre jovens de 15 a 24 anos no Brasil no primeiro trimestre de 2023 foi de 18%. É também a geração mais recente a ingressar na força de trabalho, com estimativas de representar cerca de 27% da mão de obra até 2025 (KOOP, 2021), enfrentando um cenário que está passando por mudanças organizacionais amplas, que incluem a rápida inovação tecnológica, novos arranjos mais flexíveis, como o teletrabalho ou modelo híbrido, trabalhadores mais velhos adiando a aposentadoria, e ambientes mais diversos.

Entre os desafios das organizações contemporâneas estão atrair e reter os jovens talentos e gerenciar as relações entre indivíduos que representam diferentes gerações, que devem conviver e colaborar para atingir objetivos comuns que envolvem a troca de conhecimentos,

habilidades ou experiências (JOSHI et al., 2010) e assegurar a sucessão (JOSHI; DENCKER; FRANZ, 2011).

Conflito intergeracional é frequentemente assumido como resultado de diferenças intergeracionais (URICK et al., 2017), que muitas vezes ocorre por disputas de recursos entre membros de diversas faixas etárias (DENCKER; JOSHI; MARTOCCHIO, 2007), eventuais diferenças de valores, motivações e expectativas (TWENGE et al., 2010; ANDERSON et al., 2017; POLAT; YILMAZ, 2020) e se manifesta em pelo menos quatro níveis distintos: individual, interpessoal, institucional e internacional (NORTH; FISKE, 2015). Dencker, Joshi e Martocchio (2007) argumentam que a idade, como uma característica visível, é uma base para a categorização social em grupos internos e externos, reforçando estereótipos geracionais que podem levar a preconceitos e discriminação entre indivíduos (ABRAMS; HOGG, 2010; URICK; HOLLENSBE, 2014). Cabe observar, no entanto, que estereótipos negativos podem ser percebidos em ambas as direções, dos mais novos para os mais velhos e vice-versa (LESTER et al., 2012).

Gerações como agrupamentos de coortes de nascimento são comuns em se tratando de pesquisas multigeracionais, porém essa abordagem tem sido criticada por geração ser um construto que vai além de idade (VAN ROSSEM, 2019). Além disso, há outras críticas em relação aos aspectos práticos, uma vez que agrupamentos dessa forma sugerem que as gerações têm limites claramente definidos com base em conjuntos específicos de anos de nascimento, que podem ser difíceis de estabelecer (JOSHI; DENCKER; FRANZ, 2011; LYONS; KURON, 2014). Adicionalmente, pode haver períodos de transição entre as gerações, conhecidos como cúspides (LYONS; SCHWEITZER, 2017; URICK; HOLLENSBE, 2014). O sociólogo Karl Mannheim (1952), frequentemente visto como a fonte da teoria da geração, oferece um entendimento do conceito geração como um grupo de pessoas que possuem uma semelhança cultural resultante de sua participação em um determinado período do processo histórico durante seus anos de formação (WELLER, 2010). Integrando perspectivas multidisciplinares, como a teoria da identidade social (TURNER; BROWN; TAJFEL, 1979), Joshi et al. (2010) propuseram a primeira estrutura teórica para estudar gerações no contexto organizacional, entendendo a identidade geracional como a percepção de um indivíduo e sua adesão a uma determinada geração, o que afeta o seu comportamento. Sua teoria prevê duas dimensões de identidade geracional além de idade: identidade baseada em coortes e identidade baseada em incumbência (ou papel). Buscando ampliar a contribuição teórica sobre o tema, Lyons et al. (2019) apresentaram um modelo de identidade geracional no local de trabalho considerando as influências de vários níveis do ambiente no indivíduo, do trabalho à sociedade.

Em uma revisão da literatura sobre identidade geracional no ambiente organizacional, verificou-se que as pessoas fazem uso da geração como categoria social (LYONS et al., 2019; LYONS; SCHWEITZER, 2017; VAN ROSSEM, 2019) e aparentemente não existe uma "geração global" em relação a valores do trabalho (PAPAVASILEIOU; LYONS, 2015). Pesquisas relacionadas a consumo notaram que a maioria dos consumidores tem apenas uma associação vaga com seu rótulo e perfil geracional (GARDINER; GRACE; KING, 2013). Diferenças entre as coortes geracionais foram identificadas, por vezes mínimas, como em relação às características mais valorizadas em um líder (TUREEN; SKARL, 2020) ou percepções de qualidade de um serviço prestado (KALARGYROU; BARBER; KUO, 2018); em outros casos, as discrepância se mostraram significativas, como as relacionadas a expectativas no trabalho (NELSON; DUXBURY, 2021). Em um estudo de caso avaliando duas empresas, semelhanças e diferenças entre gerações foram percebidas de acordo com os contextos organizacionais de cada uma (SILVA et al., 2017).

Ao que parece, esses estudos sugerem uma lacuna de trabalhos nacionais e internacionais que busquem analisar que fatores influenciam a formação da identidade geracional. Além disso, a maioria das pesquisas sobre identidade geracional vem de países do hemisfério norte e foram realizadas com coortes mais velhas, portanto, suas descobertas podem não ser representativas das identidades geracionais em outros países, especialmente em relação à Gen Z. Coloca-se, então, o seguinte problema de pesquisa: como indivíduos pertencentes à Geração Z formam a sua identidade geracional? O objetivo central deste trabalho é, portanto, analisar e descrever quais fatores influenciam a formação da identidade geracional de indivíduos pertencentes à Geração Z. Como objetivos específicos, procura-se:

1. Entender o que significa geração para estes jovens e se eles realmente se percebem como parte da Geração Z, de acordo as características normalmente atribuídas a esta coorte;
2. Investigar a estrutura organizacional e tipos de interações que ocorrem nas organizações na visão dos respondentes;
3. Compreender as experiências compartilhadas (na esfera pessoal, nas organizações e eventos históricos) que conectam esses jovens;
4. Identificar as relações desses jovens com a tecnologia digital;
5. Verificar o papel de fatores culturais como música e linguagem em suas identidades geracionais;

6. Identificar eventos que possam ter tido implicações na vida pessoal ou profissional desses jovens.

Do ponto de vista teórico, este trabalho busca trazer uma contribuição para uma área dos estudos de diversidade ainda pouco explorada no Brasil, a identidade geracional e os fatores que influenciam a sua formação.

Do ponto de vista prático, este trabalho concentra-se em estudar um fenômeno de crescente importância: a geração sob a perspectiva de identidade social. Afinal, o pertencimento geracional influencia as atitudes e comportamentos dos indivíduos (ASHFORTH; MAEL, 1989; JOSHI; DENCKER; FRANZ, 2011; MANNHEIM, 1952; SCHUMAN; SCOTT, 1989), e tais aspectos são importantes para as organizações na atualidade.

Adicionalmente, este estudo sobre jovens adultos pode contribuir para a identificação de estratégias eficazes para o empoderamento, engajamento e participação dos jovens, promovendo assim a inclusão e justiça social, avançando em direção aos objetivos de desenvolvimento sustentável (ODS) propostos pela Agenda 2030 da ONU, em particular no que diz respeito ao ODS 8, que defende o trabalho decente e crescimento econômico, e ODS 10, que defende a redução das desigualdades.

A partir de uma vinheta apresentada aos entrevistados, coletaram-se dados qualitativos de 18 jovens com idades entre 19 e 27 anos. Os participantes representam uma diversidade de gênero, incluindo homens e mulheres, trabalham em diversos ramos de atividade e quase na totalidade frequentam atualmente uma faculdade ou já concluíram seus estudos no ensino superior. Além disso, pertencem a diferentes classes sociais, refletindo uma variedade de origens e experiências socioeconômicas.

A dissertação está estruturada da seguinte forma: após a introdução, é apresentado o referencial teórico com os principais construtos que sustentam a pesquisa; em seguida o caminho metodológico é descrito. Na sequência, os resultados são expostos e discutidos. Por fim, são colocadas as considerações finais, limitações da pesquisa e sugestões para estudos futuros.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Este estudo se iniciou com uma revisão de literatura procurando evidências sobre o que já foi produzido a respeito de identidade geracional. A revisão de literatura é importante porque permite identificar e destacar temas relevantes, além de documentar modelos e/ou instrumentos desenvolvidos em pesquisas anteriores que servem como base para o projeto a ser desenvolvido (SEKARAN; BOUGIE, 2016). A metodologia adotada para a revisão sistemática da literatura (RSL) seguiu a orientação de (PETTICREW; ROBERTS, 2008) que destacam a importância de elaborar um protocolo detalhado: na primeira etapa foram definidas as fontes de dados e amostra; na segunda etapa foi desenhada a estrutura analítica a ser seguida, com decisões sobre quais dados seriam extraídos e como seriam registrados e analisados. A terceira etapa inclui a descrição e apresentação dos resultados que formam a base teórica da dissertação.

2.1. ESTRATÉGIA DE BUSCA DA RSL

Primeiramente a pesquisa foi conduzida nas bases de dados eletrônicas *Scopus* e *Web of Science* (*WoS*) usando o seguinte termo: *"generation* identit*"* nos campos "*Article title, Abstract, Keywords*" da Scopus e "*Topic*" da *WoS*, que pesquisa o título, resumo, as palavras-chave do autor e as *Keywords Plus*. Surgiram 188 resultados na Scopus e 188 na *WoS*. Aplicando-se filtros das próprias bases para restringir a amostra a artigos e *reviews* e somente nos idiomas inglês, espanhol e português, a busca produziu 139 resultados *(Scopus)* e 101 resultados (*WoS)*. Notou-se que mais de oitenta e cinco por cento das publicações estavam alocadas em áreas de pesquisa de sociologia, psicologia, artes e humanidades, medicina e bioquímica. Uma vez que o foco deste trabalho está em fazer a análise no contexto organizacional, em seguida foram aplicados filtros nas áreas de pesquisa de *Business, Management and Accounting* (Scopus) e *Business economics* (WoS). Chegou-se então a uma amostra de 11 e 15 documentos, da Scopus e WoS respectivamente. Excluídos os duplicados (8), os documentos com acesso restrito (2) e os não relacionados diretamente ao objeto de pesquisa e sim a outros temas como política, sindicatos, manutenção de recursos para transição de energia e resenha de capítulos de livro (4), a amostra final destas duas bases ficou em 10 artigos, os quais foram incluídos em uma planilha de *Excel* para organização dos dados coletados.

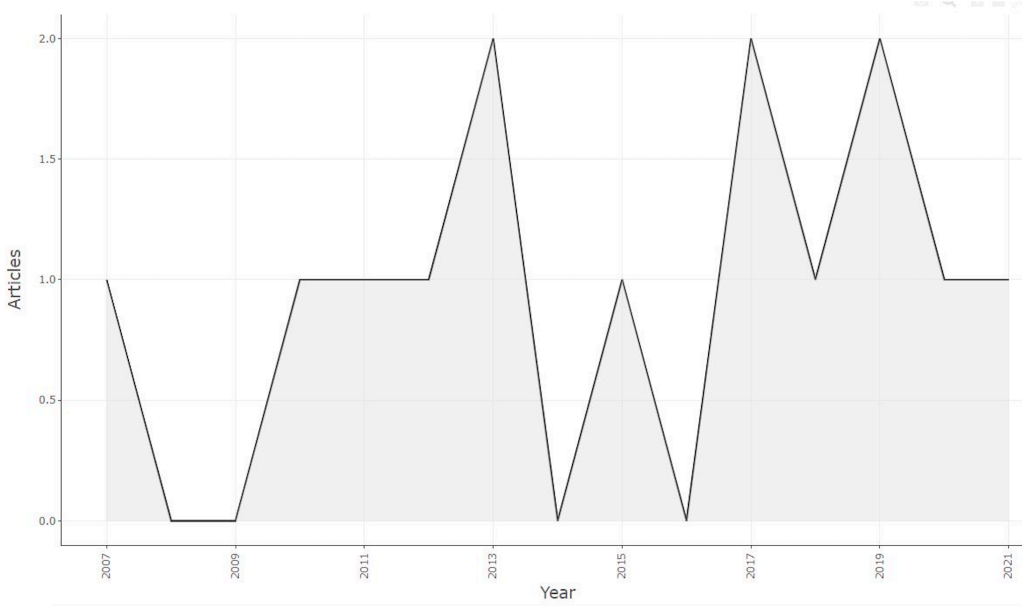
A pesquisa no banco de dados foi complementada por uma pesquisa manual nas bases *Spell* e *Google* Acadêmico. Esta busca resultou em três publicações relacionadas diretamente

ao termo de busca, identificadas por meio da leitura de seus títulos, resumos e introdução, que foram incluídas na coleção a ser analisada (2 da *Spell* e 1 do *Google* Acadêmico). Adicionalmente, um artigo (LYONS et al., 2019) foi também incluído manualmente por se tratar de um avanço recente no campo teórico sobre o tema. Este artigo não emergiu na busca inicial por não ter sido classificado pelas bases de dados como pertencente à área de pesquisa de Administração, embora sua abordagem esteja focada especificamente no local de trabalho.

O número total de publicações qualificadas para esta revisão é de 14 (detalhadas no Quadro 1), mostrando que há relativamente poucas pesquisas produzidas sobre identidade geracional.

Não foi aplicado nenhum filtro restringindo a data de publicação dos artigos, o que demonstra que o assunto surgiu na literatura acadêmica na área de administração após 2007, confirmando que é um tópico relativamente novo e em desenvolvimento (Figura 1).

Figura 1 – Produção científica anual



Fonte: *Biblioshiny* com base nos artigos obtidos das bases de dados.

2.2. ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA

Os artigos que compõe esta revisão foram publicados entre 2007 e 2021 e a maior parte (9) é empírica. Em quatro deles foi adotado o método qualitativo com coleta de dados feita por meio de entrevistas e análise de dados de conteúdo; três artigos utilizaram método misto; dois fizeram uso de método quantitativo, com utilização de questionário para a coleta de dados e como técnica de análise de dados a análise fatorial exploratória (AFE), fatorial confirmatória

(AFC) e análise estatística. Três trabalhos são teóricos e dois fazem uma revisão de literatura. Um deles (CORDEIRO et al., 2013) aborda a produção acadêmica no Brasil e no exterior a respeito de gerações no campo da gestão de pessoas e faz a análise sob a perspectiva de Joshi et al. (2010); O outro artigo investiga a literatura emergente sobre identidade geracional, tendo como objetivo apresentar paradigmas e possíveis questões de pesquisa relacionadas à identidade geracional (URICK, 2012). A geração Y ou *Millennials* é a coorte que aparece em mais estudos. A maior parte das publicações é de países anglo-saxões (Australia 1, Canada 3, Estados Unidos 5, Reino Unido 1). Há ainda dois artigos da Europa (1 Bélgica e 1 Grécia) e dois representantes da América Latina – Brasil.

Joshi et al. (2010) é o documento mais citado (166), seguido por Urick (2012) e Dencker, Joshi e Martocchio (2007), com 70 e 45 citações respectivamente.

A Universidade de Illinois, nos Estados Unidos, foi a instituição com mais autores que publicaram, com um total de quatro. Seguida pela Universidade de Carleton, no Canadá e Universidade de São Paulo, com três autores afiliados cada. As demais instituições só possuem um autor dentro do corpus.

Quadro 1 – Síntese de estudos sobre identidade geracional

Artigo	Periódico	Metodologia	Principais Achados
Dencker, Joshi & Martocchio, 2007	Human Resource Management Review	Teórico	Inconsistências entre os benefícios e as necessidades dos funcionários podem levar a um conflito intergeracional e com o aumento da diversidade etária esssa questão tende a se agravar.
Joshi, Dencker, Franz & Martocchio, 2010	Academy of Management Review	Teórico	Criação de uma estrutura teórica para interpretar Identidade Geracional no contexto organizacional.
McIntyre, 2011	Journal of Retailing and Consumer Services	Qualitativa - Entrevista (n=106), Coorte: Baby Boomer e Geração Y - Reino Unido	Os consumidores Baby Boomer e os da geração Y exibem diferenças de identidade geracional chave em significados intrínsecos, valores e associações inerentes a seus processos transacionais de música.
Urick, 2012	Journal of Business Diversity	RSL	O artigo demonstra várias maneiras pelas quais a pesquisa em identidade geracional pode ser expandida usando variadas perspectivas paradigmáticas.
Cordeiro, Freitag, Fischer & de Albuquerque, 2013	Revista de Carreiras e Pessoas	RSL	Em relação aos trabalhos específicos sobre geração, os que abordam identidade geracional sob perspectiva de idade que envolve a divisão de grupos etários a partir do compartilhamento de memórias coletivas foram a maioria. O volume total de publicações analisadas demonstra a emergência do tema Gerações no campo da Gestão de Pessoas no país e no exterior.

Quadro 1 - Síntese de estudos sobre identidade geracional (continuação)

Gardiner, Grace & King, 2013	Marketing Intelligence & Planning	Mista: Focus Group (n=49) e Survey (n=632), Coorte: Baby Boomer, Geração X e Geração Y - Australia	A maioria dos consumidores tem apenas uma associação vaga com seu rótulo e perfil geracional e tem mais facilidade para caracterizar gerações diferentes da sua.
Papavasileiou & Lyons, 2015	International Journal of Human Resource Management	Quantitativa - Questionário (n=649), Coorte: Millennial - Grécia	Apesar da crise econômica que afetou sua geração, os millennials gregos dão mais importância aos aspectos psicológicos e sociais de seus empregos e menos importância à remuneração e à segurança.
da Silva, Dutra, Veloso, & Trevisan, 2017	Revista Eletrônica de Ciência Administrativa	Mista: Estudo multicaso com entrevistas e análise de dados quantitativos (n=311), coorte: Baby Boomer, Geração X e Geração Y - Brasil	Entre as três formas de identidades geracionais analisadas (idade, coorte e incumbência), a prevalência de uma sobre a outra varia de acordo com as características do contexto estrutural e normativo.
Kalargyrou, Barber & Kuo, 2018	International Journal of Contemporary Hospitality Management	Mista: Experimento controlado e Questionário (n=320), Coorte: Baby Boomer, Geração X e Millennials - EUA	As hipóteses relacionadas a geração, por exemplo, que os Millennials estereotipariam menos a qualdiade entregue pelo serviço dos PcDs do que as gerações mais velhas não foram confirmadas.
Lyons & Schweitzer, 2017	Work Aging and Retirement	Qualitativa - Entrevista (n=105), Coorte: Não especificado - Canada	As pessoas fazem uso da geração como categoria social, porém algumas não se identificam com nenhum grupo geracional e outros não têm certeza de sua identificação. Os mais jovens são os menos propensos a se identificar com um rótulo.
Lyons, Schweitzer, Urick, & Kuron, 2019	Journal of Intergenerational Relationships	Teórico	Criação de um modelo de Identidade Geracional que mostra como os vários níveis de influência moldam o potencial e a manifestação de identidades geracionais no local de trabalho.
Van Rossem, 2019	Journal Of Organizational Behavior	Qualitativa - Entrevista (n=69), Coorte: Geração X e Geração Y - Bélgica	As percepções que um individuo tem de sua própria geração e de outras gerações pode direcionar a categorização social. As diferenças geracionais, sejam mito ou realidade, são reais na cabeça dos gestores.
Tureen & Skarl, 2020	Library Leadership & Management	Quantitativa - Questionário (n=797), Coorte: Baby Boomer, Geração X e Millennial - EUA	Há diferenças mínimas entre as coortes geracionais de profissionais de biblioteca no que diz respeito às características mais valorizadas de um líder admirado.
Nelson & Duxbury, 2021	Human Resource Development Quarterly	Qualitativa - Entrevista (n=36) e Workshop (n=34), Coorte: Geração X e Geração Y - Canadá	As expectativas dos funcionários das gerações X e Y em relação ao trabalho e à carreira são mais semelhantes do que diferentes.

Fonte: Elaborado pela autora.

2.3. REVISÃO SISTEMÁTICA – RESULTADOS

Esta seção revisa e discute a literatura considerada relevante para a pesquisa proposta – o conceito de identidade geracional, estudos sobre o tema e os fatores que a influenciam.

2.3.1. GERAÇÕES E IDENTIDADE SOCIAL

Uma geração pode ser definida como um grupo de pessoas de mesma idade, que compartilham uma localização comum no processo social e histórico (MANNHEIM, 1952). A suposição implícita na teoria das gerações de Mannheim (1952), que enfatizava a geração como uma formação social, é que pessoas nascidas dentro de uma mesma época vivenciam as mesmas experiências (PAPAVASILEIOU; LYONS, 2015) e desenvolvem atitudes e comportamentos comuns aos eventos de seus anos de formação (LYONS et al., 2019), que servem como base para pensamentos no futuro (JOSHI; DENCKER; FRANZ, 2011). O compartilhamento dessas experiências de eventos históricos marcantes faz com que, supostamente, se conectem em uma consciência geracional (BOLIN, 2019). O período de formação é considerado de meados da adolescência até meados dos vinte anos, ou seja, a transição para a idade adulta (DENCKER; JOSHI; MARTOCCHIO, 2007). Estudos apontam que compartilhar experiências comuns, como colegas, mídia e cultura popular, moldam memórias coletivas dos anos de formação e, portanto, princípios e comportamentos comuns (LYONS; KURON, 2014).

Existe o debate de que gerações como agrupamentos de coortes de nascimento implicam limites específicos correspondentes a um conjunto de anos de nascimento, cuja definição é problemática (JOSHI; DENCKER; FRANZ, 2011; LYONS; KURON, 2014), sem contar que podem existir cúspides entre gerações. Em seu estudo qualitativo com 105 canadenses, Lyons e Schweitzer (2017) notaram que alguns participantes que se identificavam com grupos geracionais em geral, mas não especificamente com um grupo, o faziam porque se percebiam como parte do grupo "cúspide" entre duas gerações e poderiam, portanto, se identificar com aspectos de ambas. Uma outra ressalva com respeito a gerações como grupo de indivíduos de um grupo geracional que experimentam o mesmo evento histórico consiste no fato de que nem todos esses indivíduos encaram esse evento com a mesma bagagem psicológica e emocional (URICK; HOLLENSBE, 2014). Há, portanto, diferenças regionais e culturais como indicaram Lyons e Kuron (2014). No entanto, como ponderam Joshi et al. (2010), antes que as diferenças entre gerações se tornem evidentes, um indivíduo deve se identificar com essa geração. A própria noção de geração, segundo a concepção de gerações de Mannheim, de natureza socialmente construída, depende da existência de uma identidade geracional compartilhada e autoconsciência (KALMUS; OPERMANN, 2019).

Joshi et al. (2010) foram os primeiros a propor uma estrutura teórica coesa de gerações como identidades sociais no local de trabalho e seus antecedentes e consequências (LYONS et

al., 2019), partindo de suposições de que nas organizações convivem múltiplas identidades geracionais e várias gerações (JOSHI et al., 2010).

A identidade social, conceito que Joshi et al. (2010) incorporaram para explicar identidade geracional, é definida como o conhecimento do indivíduo de que ele pertence a certos grupos sociais, juntamente com algum significado emocional e de valor para ele como membro do grupo (TURNER; BROWN; TAJFEL, 1979). A teoria da identidade social postula que esse agrupamento deriva de classificações que as pessoas tendem a fazer de si mesmas e dos outros em várias categorias sociais, como filiação organizacional, afiliação religiosa, gênero e faixa etária (ASHFORTH; MAEL, 1989).

Essas classificações normalmente são feitas com base nas semelhanças e diferenças (URICK; HOLLENSBE, 2014), e funcionam para o indivíduo como uma forma de estabelecer ordem no ambiente social, confirmar seu autoconceito e definir-se em relação aos outros (ASHFORTH; MAEL, 1989; TURNER; BROWN; TAJFEL, 1979). As gerações podem, portanto, ser vistas como identidades sociais (URICK, 2012). Em sua pesquisa com gestores belgas, Van Rossem (2019) constatou que geração pode ser entendida como uma base para a identidade social, uma vez que todos os entrevistados demonstraram visões positivas sobre seu grupo geracional e estereótipos das outras gerações foram identificados de forma acentuada.

Um outro aspecto a destacar é o fato de que o compromisso das pessoas com um grupo e a adesão às suas normas dependem da auto categorização e despersonalização compartilhadas, uma forma de desumanização de grupos externos (ABRAMS; HOGG, 2010). Essa auto categorização atende a duas necessidades humanas básicas – inclusão e diferenciação, na medida em que se busca um sentimento de pertencimento a um grupo, em parte, comparando-se a outros grupos (URICK et al., 2017), para avaliar o valor e a distinção do grupo interno (*ingroup*) em comparação com o grupo externo (*outgroup*) (JOSHI et al., 2010). Nas comparações sociais, segundo Turner, Brown e Tajfel (1979), são atribuídas características positivas ao *ingroup* e características negativas ao *outgroup*, o que reforça a autoestima do indivíduo e seu lugar na sociedade. Segundo Dencker, Joshi e Martocchio (2007), o conflito intergeracional surge de situações baseadas na categorização social relacionadas ao pertencimento a grupos etários ou coortes etárias nas organizações.

Lyons e Kuron (2014) destacaram algumas vantagens de adotar uma abordagem de identidade social para gerações, como permitir que os indivíduos decidam com qual geração se identificam e que possam se identificar em diferentes graus com múltiplas identidades geracionais.

2.3.2. IDENTIDADE GERACIONAL

Conforme exposto anteriormente, a partir de estudos em sociologia, onde Mannheim (1952) e sua Teoria das Gerações é uma importante referência, pesquisas recentes têm avançado no estudo das gerações como parte das identidades dos indivíduos (URICK, 2012). Esta revisão focou especificamente no conceito de identidade geracional dentro da área de pesquisa de Gestão Empresarial (*Business Management*) ou Negócios e Economia (*Business and Economics*). Seis estudos (CORDEIRO et al., 2013; JOSHI et al., 2010; NELSON; DUXBURY, 2021; SILVA et al., 2017; URICK, 2012; VAN ROSSEM, 2019) adotam o conceito de Joshi et al. (2010, p.393) para identidade geracional, que a estabelecem como "uma construção multifacetada que é amplamente definida como o conhecimento de um indivíduo de que ele ou ela pertence a um grupo/papel geracional, juntamente com o significado emocional e de valor para ele ou ela deste grupo/papel".

Como citado previamente, a perspectiva de Joshi et al. (2010) está alinhada com a teoria da identidade social (LYONS; SCHWEITZER, 2017; URICK; HOLLENSBE, 2014). A estrutura teórica desenvolvida por Joshi et al. (2010) apresenta três aspectos-chave da identidade geracional: uma identidade baseada em coortes, uma identidade baseada em idade e uma identidade baseada em incumbência. Cada uma destas identidades é associada a uma geração que a precede e sucede, o que pressupõe, portanto, um fenômeno de sucessão cronológica. Destas três dimensões, somente a baseada na idade remonta à teoria das gerações de Mannheim (1952).

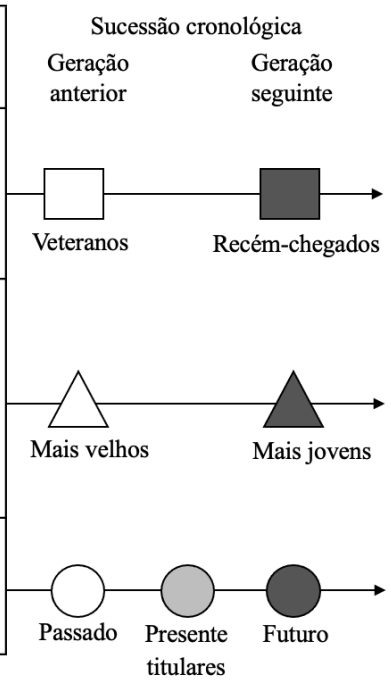
De acordo com Joshi et al. (2010), a identidade baseada em coortes pode ser definida em termos de pertencimento a um grupo, derivado do compartilhamento de experiências de socialização no mesmo período de tempo. Por exemplo, começar a trabalhar em uma organização ou participar de um treinamento. A identidade baseada na idade diz respeito ao pertencimento a uma faixa etária vinculada ao compartilhamento de memórias coletivas dos anos formativos da vida. Como mencionado antes, a referência para esta dimensão é o trabalho de Mannheim (1952), que é anterior, porém reproduzido em conceituações habitualmente usadas de gerações baseadas na idade, como Geração X, Geração Y, Baby Boomers etc. (JOSHI et al., 2010). Em sua revisão sistemática sobre produção acadêmica a respeito de gerações no campo da gestão de pessoas, Cordeiro et al. (2013) reportaram que a maioria dos estudos usou a face identidade geracional por idade. A identidade geracional baseada na incumbência resulta da ocupação transitória, portanto, finita, em um papel organizacional, em que a identidade é definida com base nas habilidades, experiências, atitudes e conhecimentos compartilhados

(URICK, 2012). A incumbência em um papel é considerada relativamente dinâmica pois os indivíduos passam por diferentes funções e a transferência de papéis garante substituições futuras, sendo um fator importante para a sucessão nas organizações (JOSHI et al., 2010). Um exemplo é um departamento ou um grupo de trabalho participando de projeto em comum. A figura 2 resume os antecedentes e definições de cada uma das facetas descritas por Joshi et al. (2010), assim como ilustra a noção de sucessão para cada uma delas. Em sua pesquisa, estes autores também descrevem as interações entre indivíduos que representam múltiplas gerações, caracterizando como transmissivas as relações baseadas em cooperação, e resistivas aquelas em que o compartilhamento de conhecimento e recursos não ocorrem, gerando conflitos, competição e preconceitos entre os diferentes polos geracionais.

Para Joshi et al. (2010), a relevância da geração como base para a identidade social no trabalho e a prevalência de uma determinada identidade sobre as outras dependem do contexto organizacional (SILVA et al., 2017; URICK et al., 2017). Em seu estudo multicaso comparando duas empresas ao analisar questões geracionais e comprometimento dos funcionários, Silva et al. (2017) encontraram semelhanças e diferenças entre gerações, percebidas pelas suas ações específicas de gestão de recursos humanos, de acordo com as estruturas organizacionais de cada uma. Uma evidência foi a aparente valorização de *expertise* de alguns grupos de pessoas mais velhas em uma das empresas, uma característica de organizações mecanicistas, em que o conhecimento adquirido ao longo de anos na empresa é apreciado e visto como crítico para o desempenho no trabalho (JOSHI et al., 2010); neste caso houve a associação com uma identidade baseada em coorte geracional. Na outra empresa analisada, uma ênfase maior e papéis executados em projetos específicos em determinados períodos foi notada. Esse tipo de relação mais colaborativo é tipicamente mais encontrado em estruturas orgânicas, que são caracterizadas por hierarquias planas e relações interdependentes entre os colaboradores (JOSHI et al., 2010). Para os pesquisadores, esses achados sugeriram uma identidade geracional baseada em incumbências (SILVA et al., 2017). Lyons et al. (2019) alertam que sistemas de RH que oferecem recompensas e tratamento com base no tempo de serviço são mais propensos a gerar conflitos entre gerações nas organizações.

Figura 2 – Múltiplas Facetas da Identidade Geracional

Facetas da identidade geracional	Bases Teóricas	Definição
Identidade baseada em coorte	Sociologia política/demografia organizacional	Filiação a um grupo que entrou na organização no mesmo intervalo de tempo
Identidade com base na idade	Sociologia/ gerontologia	Filiação a um grupo da mesma faixa etária que compartilha memórias coletivas de seus anos formativos
Identidade baseada em incumbência	Sociologia da família/antropologia social	Oocupação de uma função por um período de tempo limitado



Fonte: Adaptado de Joshi et al. (2010, p.395, tradução da autora).

O artigo de Lyons e Schweitzer (2017) também faz referência a Joshi et al., 2010. Outros dois estudos trazem suas próprias definições: Papavasileiou e Lyons (2015) afirmam que a identidade geracional é resultado de um determinado contexto cultural, cuja origem está na biografia pessoal e depende da situação familiar e comunitária; Lyons et al., 2019 estabelecem identidade geracional como uma identidade social ligada ao mesmo tempo à localização biológica e histórica, cujo potencial e manifestação no local de trabalho são moldados por vários níveis de influência: nível individual, relacionado com a identidade social e autocategorização do individuo; nível do grupo de trabalho, que destaca gatilhos que podem dividir subgrupos, como politicas de RH que transparecem tratamento diferenciado entre colaboradores; nível organizacional, que aponta para aspectos como o tipo de estrutura da empresa, se orgânica ou mecanicista; nível extraorganizacional, que ressalta a influencia das condições de mercado de trabalho; nível social, que remete às memórias de eventos históricos compartilhadas e o discurso social, que muitas vezes faz uso de rótulos geracionais, reforçando estereótipos.

Cinco estudos não declararam de forma específica o conceito, fazendo apenas uma relação com faixa de anos de nascimento e eventos históricos (DENCKER; JOSHI; MARTOCCHIO, 2007), revolução de comportamento dos jovens no que se refere a fatores culturais (MCINTYRE, 2011), influência do tempo e da história na mentalidade do consumidor (GARDINER; GRACE; KING, 2013), características da literatura para cada coorte, como Baby

Boomer, Geração X, etc. (KALARGYROU; BARBER; KUO, 2018) e puramente ano de nascimento (TUREEN; SKARL, 2020).

A seguir, um resumo dos principais temas encontrados na literatura existente sobre identidade geracional, identificado nesta RSL através de uma '*template analysis'*, uma técnica que serve para organizar e analisar tematicamente dados textuais (KING, 2004). Os temas compreendem 6 fatores influenciadores da identidade geracional: experiências compartilhadas, uso de tecnologia, aspectos culturais, valores pessoais intrínsecos e extrínsecos, contexto organizacional e o ambiente extraorganizacional. O quadro 2 sumariza os autores que se referiram a cada um desses temas.

2.3.3. FATORES INFLUENCIADORES DA IDENTIDADE GERACIONAL

Conforme apontado anteriormente, diversos níveis de influência que moldam a possibilidade e manifestação da identidade geracional no local de trabalho foram relatados por Lyons et al. (2019). Alguns fatores que integram esses níveis de influência já foram mencionados previamente, como as memórias compartilhadas de eventos históricos ocorridos nos anos de formação, que são antecedentes à formação da identidade geracional. Como parte das experiências compartilhadas, Lyons e Schweitzer (2017) consideram também a orientação para tecnologia e semelhanças no ciclo de vida. A tecnologia, em particular, foi citada com frequência pelos participantes do estudo como base para identificação com um grupo geracional, se confirmando uma peça central da vida moderna. Uma pesquisa da área de artes e humanidades com grupos focais compostos de sessenta e nove pessoas entre 28 e 68 anos confirmou que o papel do uso da mídia e do domínio de novas tecnologias na (auto) construção geracional foi o aspecto mais perceptível para os participantes mais jovens (KALMUS; OPERMANN, 2019). Entre os marcos importantes que definem o ciclo de vida e podem aproximar as pessoas de outras da mesma idade, foram citados a entrada no mercado de trabalho, os desafios da criação dos filhos ou aposentadoria (LYONS; SCHWEITZER, 2017).

Quadro 2 – Temas na literatura sobre identidade geracional

Temas	**Referências**
Experiências compartilhadas	GARDINER; GRACE; KING, 2013; LYONS et al., 2019; LYONS; SCHWEITZER, 2017; NELSON; DUXBURY, 2021)
Uso de tecnologia	LYONS; SCHWEITZER, 2017; PAPAVASILEIOU; LYONS, 2015
Aspectos culturais	LYONS et al., 2019; MCINTYRE, 2011; PAPAVASILEIOU; LYONS, 2015; URICK, 2012
Valores intrínsecos e extrínsecos	KALARGYROU; BARBER; KUO, 2018; LYONS; SCHWEITZER, 2017; NELSON; DUXBURY, 2021; PAPAVASILEIOU; LYONS, 2015; TUREEN; SKARL, 2020
Contexto Organizacional	CORDEIRO et al., 2013; DENCKER; JOSHI; MARTOCCHIO, 2007; JOSHI et al., 2010; LYONS et al., 2019; LYONS; SCHWEITZER, 2017; NELSON; DUXBURY, 2021; SILVA et al., 2017; URICK, 2012
AMBIENTE EXTRA ORGANIZACIONAL	LYONS et al., 2019; PAPAVASILEIOU; LYONS, 2015

Fonte: Elaborado pela autora.

Fatores culturais como linguagem e música também aparecem como uma influência para a formação da identidade geracional. Lyons et al. (2019) destacam o uso de linguagem como uma forma de facilitar (ou não) a comunicação entre gerações, como por exemplo, uma situação em que alguém mais jovem usa um jargão de tecnologia em uma conversa com um colega de trabalho mais velho para reforçar a distância das duas identidades. Em seu trabalho sobre formas como a pesquisa em identidade geracional pode ser expandida, Urick (2012) propõe investigar diferenças de retórica para identificar domínios de poder e também como identidades e estereótipos geracionais são socialmente criados. Em relação à música, McIntyre (2011) ressaltou sua elevada importância tribal como um símbolo de mudança de valores geracionais. Outros estudos verificaram o impacto da música em uma geração, ao estimular hábitos sociais únicos (STATNICKĖ, 2019), sua importância na perspectiva cultural das gerações mais jovens (KALMUS; OPERMANN, 2019) e sua conexão ao pertencimento geracional (ELLIOTT, 2013).

Semelhanças entre valores, necessidades e preferências entre os grupos geracionais foram percebidas como um tópico que une os membros de uma geração, considerando que estes possuem sistemas de valores compartilhados (VAN ROSSEM, 2019).

O estudo quantitativo de Papavasileiou e Lyons (2015) teve como objetivo documentar as prioridades de valor de trabalho dos gregos da geração *Millennial*. A análise dos dados identificou que valores intrínsecos como a busca de crescimento pessoal são mais importantes

para esta população, seguidos de valores sociais ou afetivos, valores extrínsecos como remuneração e segurança e, com menor prioridade, valores de trabalho e prestígio; este último um achado semelhante a estudos em outros países como o Brasil (PAPAVASILEIOU; LYONS, 2015). De acordo com Twenge et al. (2010), valores extrínsecos do trabalho concentram-se nos resultados do trabalho – as recompensas externas, como renda, oportunidades de promoção e status. Por outro lado, os valores intrínsecos do trabalho focam no processo de trabalho, ou seja, as recompensas intangíveis como o potencial de aprendizado.

O trabalho de McIntyre (2011) mostrou que consumidores Baby Boomer e os da geração Y exibem diferenças de identidade geracional chave em significados intrínsecos, valores e associações inerentes a seus processos transacionais de música. Foi verificado um desalinhamento importante entre as expectativas dos trabalhadores das gerações X e Y, com os mais velhos mais interessados em progressão na carreira e os mais novos se mostrando mais propensos a sair da empresa por melhor remuneração (NELSON; DUXBURY, 2021). Diferenças mínimas entre as coortes geracionais foram encontradas em relação às características mais valorizadas de um líder admirado, o que evidencia que, independentemente da composição geracional da equipe ou equipes, um líder deve demonstrar, entre outras características, uma mente aberta, ser competente, confiável, imparcial e voltado para o futuro (TUREEN; SKARL, 2020).

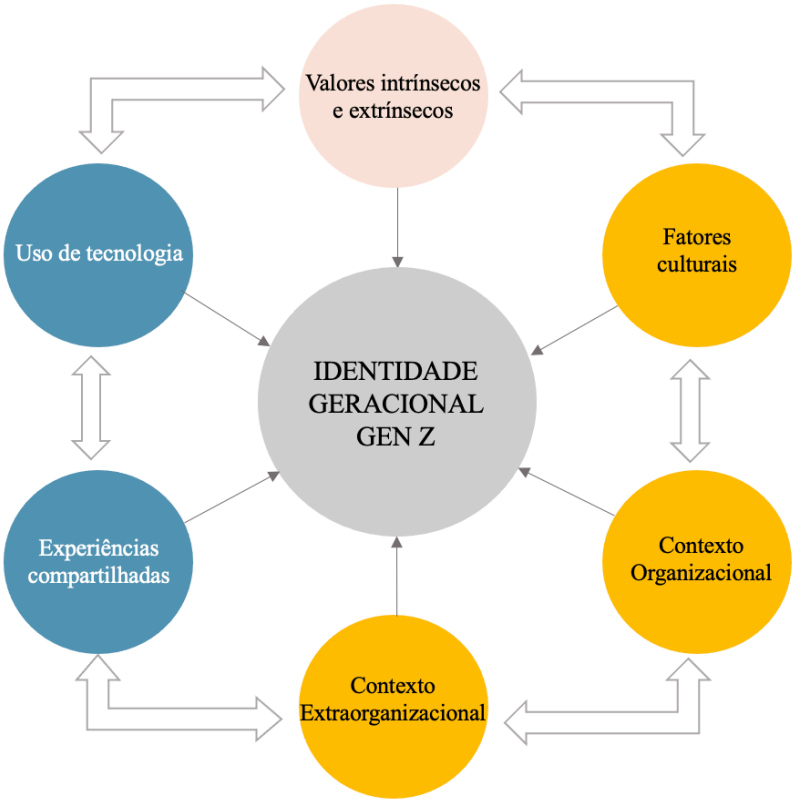
Outro aspecto citado anteriormente foi o tipo de cultura e estrutura de uma organização. Além desses temas, o contexto organizacional também pode envolver questões relacionadas aos conceitos abordados por Joshi et al. (2010), como sucessão, papel e tempo de empresa. Dencker, Joshi e Martocchio (2007), por exemplo, chamaram a atenção para a necessidade das organizações de administrarem melhor suas políticas de benefícios considerando a dinâmica social pertinente à idade. Estes autores observaram que conflitos intergeracionais podem surgir à medida que os custos de benefícios essenciais aumentam, juntamente com a expectativa de vida e o maior grupo geracional avança para a aposentadoria, sobrecarregando os mais jovens, que percebem que terão que trabalhar por mais tempo para compensar o sistema previdenciário. O estudo de Nelson e Duxbury (2021) demonstrou que, quando se trata de desenvolvimento de carreira, tanto os funcionários das gerações X quanto Y, esperam que seus empregadores comuniquem de forma mais clara as expectativas relacionadas às funções e planejamento de sucessão. Em um estudo em que sugere uma abordagem multiparadigmática para expandir a pesquisa sobre identidade geracional, Urick (2012) propôs a perspectiva estruturalista radical para investigar, por meio de documentos oficiais e depoimentos de funcionários, as possíveis diferenças de poder dentro das organizações ligadas a estruturas de promoção baseadas em anos

de experiência ou tempo de empresa, uma vez que a geração mais antiga teria maior poder de decisão do que os recém-chegados.

Por último, o nível de influências extraorganizacional abordado por Lyons et al. (2019), que basicamente aponta para a situação de mercado de trabalho, como escassez de oportunidades de emprego, que tanto pode favorecer trabalhadores mais experientes, portanto, mais velhos, como setores de tecnologia que podem beneficiar os mais novos. O papel do contexto socioeconômico na formação de uma geração política de *Millennials* foi analisado em um estudo da área de sociologia e os autores se referiram aos participantes como "a geração precária", por haver a impressão de ser esta a primeira geração mais pobre que seus pais (ZAMPONI, 2019).

A Figura 3 mostra o modelo conceitual que resume os principais aspectos influenciadores da identidade geracional encontrados na RSL. As setas interligando cada um dos temas ilustram o dinamismo do modelo.

Figura 3 – Fatores influenciadores da Identidade Geracional



Fonte: Elaborado pela autora.

Este capítulo apresentou os resultados de uma RSL sobre identidade geracional, com o objetivo de enriquecer a análise e fundamentar a compreensão dos principais aspectos a serem

investigados. Na próxima seção está delineado o percurso metodológicos que foi seguido para alcançar os objetivos de pesquisa.

3. PERCURSO METODOLÓGICO

Nesta seção serão apresentados os procedimentos metodológicos utilizados na pesquisa de campo, incluindo o tipo de pesquisa, informações sobre os participantes e as técnicas de coleta e análise de dados.

3.1. CARACTERIZAÇÃO GERAL DA PESQUISA

Este estudo se baseou em uma abordagem qualitativa por conta da natureza do problema de pesquisa e as características do método qualitativo, consideradas apropriadas para estudar o fenômeno em questão. O problema de pesquisa foi formulado a partir de uma revisão sistemática de literatura, apresentada no capítulo de referencial teórico. De acordo com Petticrew e Roberts (2006), a revisão sistemática é indicada quando há pesquisas sobre um assunto, mas pontos-chave permanecem sem resposta, como questões sobre as experiências das pessoas.

Segundo Miles, Huberman e Saldaña (2014), o pesquisador qualitativo busca capturar dados sobre as percepções dos sujeitos, por meio de um processo de atenção profunda e de compreensão empática. Os autores observam também que dados qualitativos preservam o fluxo cronológico, o que possibilita ver quais eventos levam a quais consequências.

Conforme Creswell e Creswell (2021), entre as características da pesquisa qualitativa estão a coleta de dados feita pessoalmente pelo pesquisador, por meio de conversa direta com os participantes, em um ambiente natural; a utilização de diversas fontes de dados, como entrevistas e observações e, nessas ocasiões, há espaço para os participantes expressarem suas ideias livremente; a análise de dados indutiva e dedutiva, organizando as informações em códigos e temas, de acordo com o sentido apreendido; o foco do pesquisador na aprendizagem do significado atribuído pelos participantes ao problema; a condução da pesquisa a partir dos participantes, permitindo que o plano inicial seja mudado e adaptado após a saída a campo para coleta de dados; a reflexividade sobre como o *background* do pesquisador pode moldar suas interpretações sobre o estudo e o desenvolvimento de uma visão holística do contexto estudado, que inclui seus arranjos, sua lógica e suas regras.

Por identidade geracional no contexto brasileiro se tratar de um tema relativamente pouco estudado, esta foi uma pesquisa exploratória, de natureza descritiva (CRESWELL; CRESWELL, 2021).

3.2. PARTICIPANTES

Considerando que, o objetivo deste trabalho foi analisar os fatores que influenciam a formação da identidade geracional de jovens pertencentes à Geração Z e esta coorte contempla pessoas nascidas após 1995 (TWENGE, 2018), os participantes da pesquisa deveriam ter entre 18 e 28 anos de idade. Ao final, o grupo de entrevistados é composto de 18 indivíduos com idades entre 19 e 27 anos, sendo onze mulheres e sete homens, de diferentes classes sociais, gênero, raça e localização geográfica. Os entrevistados que estão trabalhando atuam na iniciativa privada, a maioria no setor de serviços (78%). O Quadro 3 apresenta um resumo do perfil dos sujeitos de pesquisa com relação a idade, gênero declarado, raça declarada, nível universitário, educação conforme rede administrativa, função atual, ramo da empresa e tempo de empresa. Os participantes de pesquisa foram identificados por meio de números, como o exemplo E1, para preservar sua identidade. Dois aspectos em comum entre os participantes é que são todos solteiros, ainda que dois tenham declarado viver em união estável com seus respectivos pares, e nenhum deles tem filhos. Embora estes fatos possam sugerir homogeneidade do grupo, o que se percebe são tendências já verificadas pelo IBGE, que aponta que as pessoas vêm se casando mais tarde, em 2019 os homens se casaram, em média, aos 31 anos, e as mulheres, aos 28 anos de idade, e o crescimento da taxa de fecundidade em mulheres após os 30 anos de idade (IBGE, 2018, 2020), talvez uma consequência do próprio adiamento do casamento.

O recrutamento dos participantes se deu por meio de mensagens enviadas via aplicativo para a rede de contatos da pesquisadora, que inclui professores de universidades, pesquisadores da área de Administração e profissionais de logística e transporte internacional, setor no qual a pesquisadora já atuou. Além disso, buscando obter dados de um conjunto mais diverso de jovens em termos de raça e classe socioeconômica, foram feitos contatos com dois projetos sociais dos quais a autora faz parte, que no total englobam 153 pessoas. Estudos apontam que é mais provável conseguir acesso ao público que se pretende pesquisar por meio do *networking* existente, pois os que conhecem o pesquisador supostamente confiam em suas intenções declaradas e nas garantias oferecidas sobre a utilização dos dados fornecidos (SAUNDERS; LEWIS; THORNHILL, 2009). A seleção dos sujeitos foi, portanto, essencialmente por conveniência, considerando que foi realizada com base na disponibilidade dos participantes (THARENOU; DONOHUE; COOPER, 2007), oriundos da rede de contatos. Eventualmente, o convite para participação foi estendido aos conhecidos dos entrevistados, técnica conhecida como *snowball sampling* ou bola de neve. Embora esta seja uma ferramenta normalmente mais

aplicada quando é difícil identificar membros da população desejada, e tenha, entre suas críticas, o possível viés derivado da indicação de alguém semelhante (SAUNDERS; LEWIS; THORNHILL, 2009), para alguns ela é vista como similar à amostragem por conveniência (BERG, 2001).

Quadro 3 – Perfil dos Entrevistados

Sujeito	Idade	Gênero	Raça	Nível universitário	Educação conforme rede administrativa	Função atual	Ramo da empresa	Tempo de empresa
E1	23	M	Branca	Cursando	100% ensino privado	Estagiário	Seguros	3 meses
E2	27	F	Amarela	Completo	100% ensino privado	Empreendedora	Manufatura	5 anos
E3	20	F	Branca	Cursando	100% ensino privado	Baby Sitter	Serviços domésticos	9 meses
E4	24	F	Branca	Completo	Fundamental e médio público; superior particular	Assistente Operacional	Logística	8 meses
E5	22	M	Branca	Completo	Fundamental e superior público; ensino médio particular	Engenheiro de Software Jr	Tecnologia	3 anos
E6	24	F	Branca	Completo	100% ensino privado	Engenheiro de Software	Tecnologia	3 anos
E7	23	F	Branca	Completo	100% ensino privado	Assistente Comercial	Automotivo	11 meses
E8	20	M	Branca	Cursando	Fundamental e superior privado; ensino médio público	Estagiário	Indústria Agro	11 meses
E9	24	F	Branca	Cursando	100% ensino privado	Supervisora	Jurídico	1 ao
E10	23	F	Branca	Cursando	Fundamental e médio privado c/bolsa; superior público	Vendas internas	Logística	5 anos
E11	25	F	Branca	Cursando	100% ensino privado	Estagiária	Tecnologia	5 meses
E12	19	M	Branca	Cursando	Fundamental e médio privado c/bolsa; superior público	Auxiliar Administrativo	Jurídico	2 anos 7 meses
E13	26	M	Parda	Completo	Fundamental e Superior público; Ensino Médio particular c/bolsa	Vendas externas	Logística	4 anos
E14	20	M	Parda	Cursando	100% público	Estudante	-	-
E15	22	M	Branca	Incompleto	Fundamental e médio público; superior particular	Executivo de Contas	Logística	4 anos 2 meses
E16	27	M	Branca	Completo	100% ensino privado	Gerente Comercial	Financeiro	2 anos 2 meses
E17	27	F	Branca	Completo	100% ensino privado	Assessora Jurídico	Jurídico	1 ano
E18	26	F	Branca	Completo	100% ensino privado	Advogada	Tecnologia	5 meses

Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pela autora.
Nota: M = Masculino; F = Feminino; Graduando: atualmente cursando faculdade; Incompleto: matrícula trancada.

Neste estudo, em particular, a técnica bola de neve foi de valia, em especial com relação aos entrevistados de comunidades menos favorecidas, que justamente espera-se que contribuam para a formação de um grupo mais heterogêneo. Saunders et al. (2009) lembram que, para muitos projetos de pesquisa, pode ser necessário utilizar uma combinação de diferentes técnicas de amostragem.

Manter o rigor ético durante todo o processo de pesquisa é de suma importância, desde estar atento às questões iniciais (como obter o termo de consentimento dos participantes) até aquelas que ocorrem durante o desenvolvimento do projeto (como garantir a confidencialidade, o anonimato, minimizar danos ou desconforto) e as que ocorrem posteriormente à coleta dos dados, que incluem propriedade dos dados e uso dos resultados (MILES; HUBERMAN; SALDAÑA, 2014). A permissão para gravação das entrevistas e assinatura do termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE) foi concedida pelos participantes deste estudo antes das entrevistas, por meio do *Google Forms*. Foi incluída na ferramenta on-line uma opção para os sujeitos fazerem o *download* do termo em formato de arquivo digital (*PDF*), se assim o desejassem. Ao preencher o TCLE, dois participantes não permitiram que a entrevista fosse gravada, no entanto, um deles mudou de ideia quando a entrevista se iniciou. Duas entrevistadas foram recontatadas, via aplicativo de mensagens, para esclarecimento de dúvidas sobre as suas entrevistas, ao que responderam prontamente.

Seguindo os TCLEs assinados por todos, a confidencialidade absoluta foi assegurada aos entrevistados, mantendo os nomes dos participantes e das empresas em que trabalham em sigilo. O TCLE pode ser localizado no Apêndice A.

3.3. COLETA DE DADOS

Para a coleta de dados, foram efetuadas entrevistas individuais. Conforme Demarrais e Lapan (2003), as entrevistas qualitativas são adequadas quando o objetivo é obter conhecimento aprofundado dos participantes sobre fenômenos, experiências ou conjuntos de experiências particulares, a partir das palavras do entrevistado.

Uma decisão importante para o pesquisador qualitativo é o local onde a coleta de dados deve ocorrer e se o plano é viável em relação ao custo e tempo (MILES; HUBERMAN; SALDAÑA, 2014). A tendência é coletar no campo e no local em que os participantes vivenciam a questão ou problema que está sendo estudado (CRESWELL; CRESWELL, 2021). Como este trabalho buscou investigar os fatores que podem influenciar a formação da identidade geracional de jovens, e tais fatores podem estar onde os indivíduos moram e/ou trabalham e/ou outro lugar, o local foi determinado de acordo com a conveniência do entrevistado. Todos os participantes optaram por fazer a entrevista de forma virtual, e, para tal, foram utilizados os softwares de teleconferência *Google Meet e MS Teams*. Para alguns pesquisadores, entrevistas *on-line* provavelmente não atingem os mesmos níveis de comunicação rica e espontânea que podem ser obtidos com encontros em pessoa; outros

discordam e entendem que é possível construir um relacionamento entre entrevistador e entrevistado durante uma entrevista virtual (SAUNDERS; LEWIS; THORNHILL, 2009). Em uma revisão de literatura sobre métodos de coleta de dados utilizados com crianças, adolescentes e jovens, Flanagan et al. (2015) constataram que entrevistas feitas pessoalmente promovem respostas honestas e permitem ao pesquisador a leitura de pistas não-verbais; por outro lado, estes autores perceberam que adolescentes e jovens adultos tendem a ser astutos quando se trata de usar tecnologias digitais e, por vezes, podem achar esse método menos intrusivo do que as entrevistas face a face. Neste estudo, um participante preferiu não ligar a sua câmera durante a entrevista e outro ligou somente no início e no final da conversa. Percebeu-se que em nada a coleta de dados foi afetada, os participantes se mostraram, da mesma forma, atentos e à vontade, fornecendo respostas que produziram grande quantidade de dados narrativos. Notou-se que a inconveniência de reagendamentos é minimizada ao se realizar entrevistas de forma virtual, uma vez que fatores como custo e tempo gasto entre deslocamentos são anulados. Por outro lado, também foi possível reparar que a entrevista virtual pode apresentar alguns desafios, como uma conexão instável. Em quatro casos houve a necessidade de reagendamento da entrevista. Em cinco casos, houve algum tipo de problema temporário de conexão da internet, causando interrupção da teleconferência por no máximo um minuto. No entanto, uma vez a conexão reestabelecida, as entrevistas puderam prosseguir normalmente, sem nenhum prejuízo da coleta dos dados.

Um protocolo de entrevista para registro das perguntas a serem feitas deve ser elaborado, conforme sugerem Creswell e Creswell (2021). Assim, um roteiro semiestruturado foi criado, com base nos objetivos específicos do estudo. Neste modelo, o pesquisador tem algumas perguntas que deseja fazer, mas pode alterar a ordem das perguntas, ou adicionar outras, se necessário, dependendo do fluxo da conversa (SAUNDERS; LEWIS; THORNHILL, 2009).

O roteiro preparado para este estudo incluiu três conjuntos de perguntas, o primeiro para obtenção de dados demográficos, como idade, gênero, raça, estado civil, grau de escolaridade, ocupação, localização geográfica. Adicionalmente, foram coletados dados sobre vida escolar, para saber se o entrevistado havia frequentado ensino fundamental, médio e superior em escola pública ou privada, número de filhos, com quem mora, onde trabalha, função e tempo no emprego atual. A plataforma de pesquisas on-line SurveyLegend (MAHMUTOVIC, 2021) recomenda cautela na formulação de perguntas, especialmente as demográficas, quando se trata de coletar dados da Gen Z. A empresa sueca lembra que existem mais de dois papéis de gênero aceitos na sociedade moderna, diante disso, sugere que se pergunte ao entrevistado, por exemplo, com que gênero ele se identifica, em vez de apenas perguntar qual é o seu gênero.

O segundo grupo de perguntas focou no primeiro objetivo específico deste estudo, que foi investigar se os participantes se percebiam como Geração Z. Este conjunto de perguntas foi precedido de uma vinheta, que foi apresentada a cada participante como um exercício de aquecimento para introduzir o tópico de pesquisa (HOELZ; BATAGLIA, 2015).

Vinhetas são descrições simples de situações fictícias, nas quais características que descrevem o objeto a ser considerado pelo entrevistado são manipuladas de forma sistemática (SCHWAPPACH; GEHRING, 2014). Embora fictícias, as vinhetas devem retratar eventos considerados típicos e representativos do tema que está sendo estudado (MILES; HUBERMAN; SALDAÑA, 2014). As vinhetas podem ser apresentadas no formato de desenhos, fotos ou por escrito (HOELZ; BATAGLIA, 2015). Segundo Miles, Huberman e Saldaña (2014), quando apresentadas na forma escrita, podem variar em extensão, de um breve parágrafo a um capítulo extenso. Esses autores acrescentam que escrever uma vinheta não exige seguir diretrizes rígidas, é permitido que os pesquisadores se afastem do discurso acadêmico convencional e mergulhem em uma prosa que, ao mesmo tempo que permanece fundamentada nos dados, oferece uma certa liberdade criativa. O modelo que serviu de referência para a construção da vinheta utilizada neste estudo foi extraído da literatura (NORTH; FISKE, 2013), bem como as características que descrevem o personagem retratado (CHICCA; SHELLENBARGER, 2018).

Alguns pesquisadores já aplicaram vinhetas em estudos relacionados a idade, para examinar estereótipos no local de trabalho (FINKELSTEIN; BURKE, 1998; HANRAHAN, 2023; NORTH; FISKE, 2013) , investigar etarismo por parte de gestores e suas causas (RUPP; VODANOVICH; CREDE, 2006) e avaliar os efeitos da idade na capacidade e motivação para compartilhamento de conhecimento (BURMEISTER; FASBENDER; DELLER, 2018). Algumas das vantagens da vinheta são a oportunidade para o entrevistado definir uma determinada situação à sua própria maneira, e parece ser uma opção interessante para estudos relacionados a normas culturais derivadas das atitudes dos entrevistados; entre as críticas ao método está a superficialidade, por não considerar a imagem completa de um dado contexto (HOELZ; BATAGLIA, 2015). Hughes e Huby (2002) defendem que as vinhetas raramente são empregadas para replicar a totalidade da realidade, mas servem como uma ferramenta para simular elementos ou aspectos específicos relacionados aos tópicos de pesquisa em estudo.

Quando se pretende coletar dados de jovens, o uso de vinhetas pode ser particularmente útil como 'quebra-gelo' (FLANAGAN et al., 2015), e não como técnica de coleta de dados propriamente dito, considerando que participantes mais novos parecem mais interessados em

contar seus pontos de vista do que comentar as vinhetas criadas pelo pesquisador (WALKER, 2001). A vinheta utilizada neste estudo está disponível no Apêndice B.

O terceiro e último bloco de perguntas teve como foco coletar informações acerca dos fatores de influência na formação da identidade geracional dos participantes, a fim de atender aos objetivos 2 a 6 deste trabalho. Nesta parte do roteiro, foram incluídas perguntas relacionadas à organização em que trabalham os entrevistados, como oportunidades de crescimento, trabalho em equipe, além de indagações sobre influências de outras esferas, como eventos históricos marcantes para o entrevistado, relações com tecnologia, com fatores culturais como música e linguagem, e com comunidade e família. Antes de finalizar, foi dado aos participantes um espaço livre para que pudessem abordar qualquer aspecto sobre o tema que não tivesse sido contemplado durante a entrevista. Um terço dos entrevistados usou esse espaço e as informações complementares fornecidas durante este momento contribuíram para enriquecer o trabalho, trazendo *insights* valiosos e aprofundando a compreensão do tema estudado. Inicialmente se supunha, antes da entrada em campo, de que talvez os jovens fossem falar pouco sobre si mesmos e esse foi um dos motivos para criação e utilização da vinheta. No entanto, os participantes deste estudo, se mostraram muito à vontade para falar sobre suas experiências, o que sugere que eles desejavam e apreciaram ser ouvidos.

O roteiro semiestruturado que serviu como guia para a entrevista pode ser encontrado no Apêndice C.

Duas entrevistas de pré-teste foram realizadas, para avaliar se o tipo de informação que estava sendo buscado iria ser realmente obtido (BERG, 2001) e confirmar a aderência do conteúdo da vinheta à situação estudada, conforme recomendação de Wilson e While (1998). Após realização dessas entrevistas, verificou-se a adequação da vinheta ao seu propósito, não havendo necessidade de nenhuma alteração. A vinheta utilizada neste trabalho está disponível no Apêndice B.

A duração média das entrevistas foi de 46 minutos. O tempo de gravação das entrevistas individuais variou entre 28 minutos e 1h:8min.

As entrevistas realizadas via *Google Meet* foram transcritas com ajuda do software *Microsoft Word*; as efetuadas via *MS Teams* dispensaram o uso de ferramenta adicional pois o próprio aplicativo capta a transcrição da conversa. Todas as transcrições foram revisadas manualmente pela pesquisadora para assegurar que refletem de forma precisa o conteúdo falado. Apesar de ser uma tarefa bastante monótona, realizar a transcrição das entrevistas por conta própria permite imergir nos dados e familiarizar-se melhor com eles (BLOOMBERG, 2022). Os enunciados dos participantes foram preservados em sua forma original, incluindo

pausas, reticências, repetições e até erros gramaticais. Essa abordagem foi adotada com o objetivo de permitir uma análise completa e abrangente. A transcrição totalizou 148 páginas, além de três relacionadas à entrevista que não foi gravada. Foram gastas, aproximadamente, 65 horas para o processo de transcrição.

No que se refere à quantidade de participantes para coleta dos dados, os pesquisadores qualitativos geralmente trabalham com número pequeno de pessoas, localizadas em seu contexto e estudadas em profundidade, pois o foco principal é nas condições sob as quais a teoria opera e não a generalização dos resultados (MILES; HUBERMAN; SALDAÑA, 2014). As entrevistas foram realizadas até o momento em que se verificou, a partir da análise, carga de dados parecida ou repetida. Segundo Creswell e Creswell (2021), este é o ponto em que se considera que a quantidade adequada de participantes de uma pesquisa qualitativa foi alcançada.

3.4. TÉCNICA DE ANÁLISE DE DADOS

Para análise de dados, foi utilizada uma abordagem interpretativa, estratégia em que o pesquisador identifica a essência das experiências humanas sobre um fenômeno de acordo com o relato dos participantes (CRESWELL; CRESWELL, 2021).

Inicialmente, foi feita a leitura flutuante diversas vezes para obter uma visão geral, seguida da análise detalhada do material das entrevistas. Seguindo a orientação de Miles, Huberman e Saldaña (2014), a análise dos dados foi feita por meio de codificação dos dados, em duas etapas. No primeiro ciclo, foi utilizado primordialmente o método descritivo de codificação, que consiste em atribuir rótulos aos dados para resumir em uma palavra ou frase curta o tópico principal de um trecho textual. Miles, Huberman e Saldaña (2014) afirmam que alguns pesquisadores de procedimentos metodológicos acreditam que a codificação é um trabalho meramente técnico, preparatório para o pensamento sobre o estudo em um nível superior, no entanto, estes autores defendem que a codificação é um processo que parte da reflexão, análise e interpretação profunda dos significados dos dados.

Durante a codificação, códigos devem ser atribuídos a blocos de dados com base em uma leitura cuidadosa e considerando seu conteúdo, em busca de conexões com a teoria para identificar padrões, similaridades, contrastes, promovendo uma compreensão abrangente e interpretativa de cada porção de dados. Desta forma, padrões recorrentes são identificados, levando ao agrupamento de códigos semelhantes em categorias mais amplas ou códigos de padrão, processo que ocorre em uma segunda etapa da análise de dados (MILES;

HUBERMAN; SALDAÑA, 2014). Portanto, enquanto a codificação em primeiro ciclo serve como um método inicial para agrupar segmentos de dados, a codificação de padrões, uma abordagem de segundo ciclo, envolve o agrupamento desses segmentos em menos categorias ou temas, e permite consolidar uma quantidade substancial de informações obtidas da codificação do primeiro ciclo em unidades de análise mais significativas e concisas (MILES; HUBERMAN; SALDAÑA, 2014). Adicionalmente, Miles, Huberman e Saldaña (2014) explicam que códigos padrão podem surgir de comportamentos repetidos, explicações de senso comum e outras mais abstratas, bem como observações de casos individuais e comparações entre vários casos.

Após obter um corpo de dados codificados, o pesquisador pode estruturá-lo de várias formas. Neste trabalho, optou-se por utilizar uma figura visual, representando o modelo conceitual proposto a partir da análise dos dados coletados (Figura 4), além de descrição narrativa básica, com utilização de falas dos entrevistados para ilustrar os temas e categorias de destaque do estudo (MILES; HUBERMAN; SALDAÑA, 2014), conforme pode ser visto na próxima seção, onde são discutidos os resultados.

Durante o processo de codificação utilizou-se tanto o método dedutivo, com base referencial teórico, quanto o indutivo, que ocorre quando o pesquisador está aberto às perspectivas do ambiente de estudo, possibilitando que novos códigos emerjam gradativamente (MILES; HUBERMAN; SALDAÑA, 2014).

As informações das entrevistas foram codificadas e analisadas com o suporte do software MAXQDA 2022, por ser uma ferramenta que permite organizar e resumir os dados categorizados tematicamente e sintetizar descobertas consolidadas de todos os dados do estudo (GIZZI; RÄDIKER, 2021), além de facilitar imensamente o processo de revisão de códigos no decorrer do processo de análise dos dados.

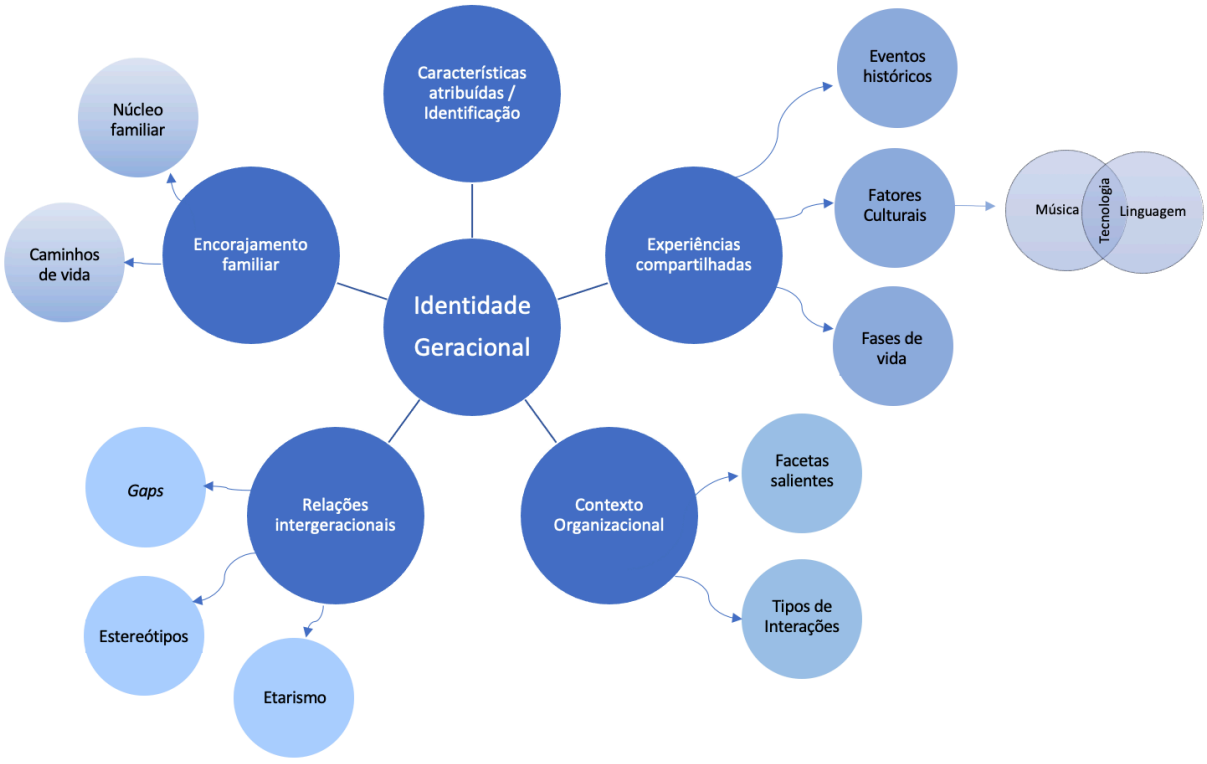
4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo, apresentaremos a análise e discussão dos resultados deste estudo. A figura 4 é uma representação gráfica do modelo conceitual a partir da análise dos dados coletados, com base nas categorias e subcategorias definidas durante o processo de codificação. Seus significados serão comentados ao longo do texto e ilustrados por falas dos entrevistados para melhor compreensão.

A análise é composta, inicialmente, pela descrição de características atribuídas pelos participantes à geração com a qual se identificam, em seguida, são descritos os diferentes fatores de influências percebidos na formação da identidade geracional destes jovens.

Apesar de se tratar de uma pesquisa qualitativa e nossos dados não serem generalizáveis, as porcentagens apresentadas pretendem apenas fornecer uma visão geral das tendências identificadas em nosso conjunto de dados (LYONS; SCHWEITZER, 2017).

Figura 4 - Modelo conceitual proposto a partir da análise dos dados coletados.



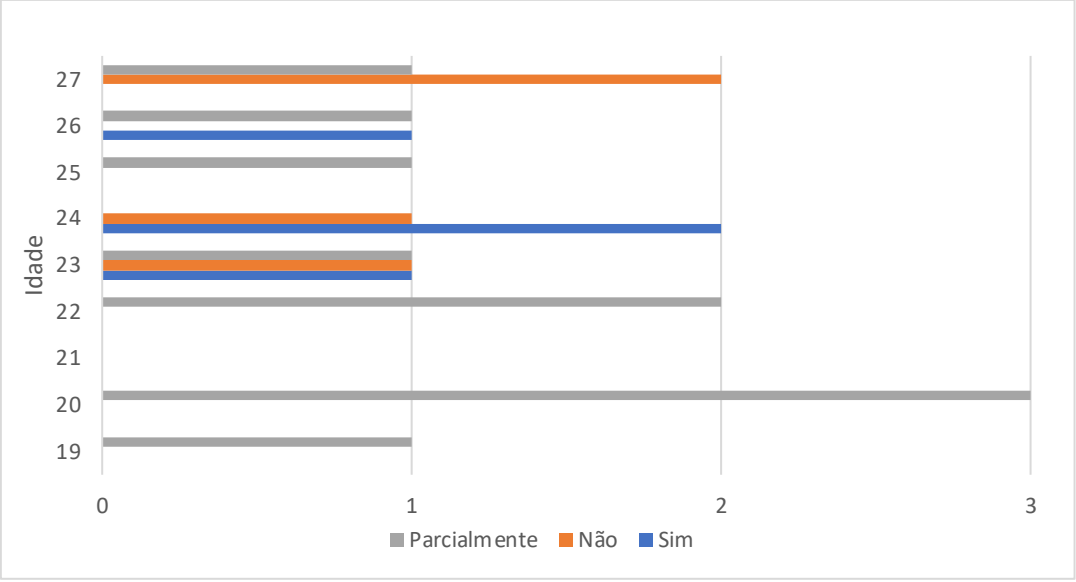
Fonte: Elaborado pela autora.

4.1. UMA GERAÇÃO PLURAL

O primeiro objetivo do estudo foi entender, com base em vinheta apresentada, o que significa geração para estes jovens e se eles se percebem como parte da chamada Geração Z. Para isso, o indivíduo retratado na vinheta reunia algumas das características geracionais atribuídas pela literatura especificamente a esta coorte (CHICCA; SHELLENBARGER, 2018). Conforme mencionado no referencial teórico, a identidade geracional implica na consciência de um indivíduo como pertencente a um grupo geracional e o que esse grupo significa para esse indivíduo.

A maioria dos participantes (56%) afirmou se identificar apenas parcialmente. São 22% os que declararam não se identificar e a mesma quantidade indicou se identificar completamente. Estudos prévios sobre identificação com grupos geracionais encontraram índices semelhantes ou maiores de identificação positiva, porém muito menores de respostas indicando identificação em apenas certos aspectos (ELLIOTT, 2013; LYONS; SCHWEITZER, 2017). A figura 5 demonstra a faixa de idade de cada resposta, sugerindo que tanto a plena identificação ou não identificação foi declarada por indivíduos com idades entre 23 e 27 anos.

Figura 5 - Você se identifica com a vinheta? Respostas por idade.



Fonte: Elaborado pela autora.

Interessante notar que metade dos participantes que não se identificaram pertencem ao que é definido como cúspide, que são os nascidos na margem de dois ou três anos, para mais ou para menos, do que seriam os limites de idade de uma geração definida em tais termos

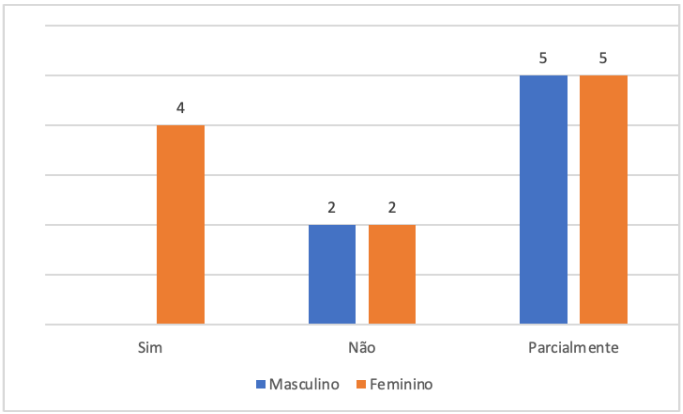
(LYONS; SCHWEITZER, 2017). No caso da geração Z, da forma como abordamos neste estudo, fariam parte do grupo "cúspide" os jovens com mais de 25 anos, que poderiam, eventualmente, se identificar com aspectos de pelo menos duas gerações, a sua e a anterior, neste caso, a de *Millennials*. Essa situação ambígua apareceu na fala de dois participantes que afirmaram não se identificar com o personagem retratado na vinheta:

> ...por eu ser de 95, sempre vejo que eu sou um grupo de pessoas que não sabe se está na Z ou se está nos *Millennials*. (E2, 27 anos)

> Na minha visão eu não sou geração Z, acho que a gente sempre se considera diferente né? (E16, 27 anos)

Quanto às respostas por gênero, notamos que todos os homens afirmaram não se identificar ou apenas se identificar parcialmente com a vinheta, enquanto somente mulheres (22%) disseram se identificar totalmente. Em seu estudo com 105 canadenses de diferentes idades, Lyons e Schweitzer (2017) observaram algo parecido quando analisaram as respostas de jovens com menos de 30 anos. Esses pesquisadores verificaram que os homens Millennials foram muito menos propensos do que as mulheres a se identificar com uma geração, no entanto, esse mesmo padrão de gênero não foi constatado nas respostas de outras faixas etárias. A figura 6 detalha as respostas por gênero.

Figura 6 - Você se identifica com a vinheta? Respostas por gênero.



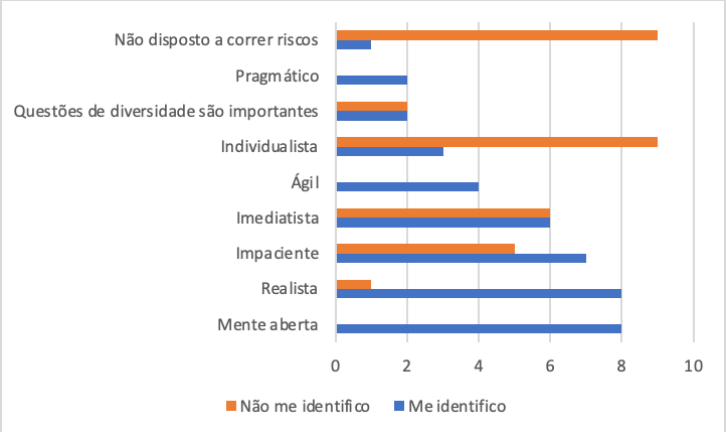
Fonte: Elaborado pela autora.

Entendemos que existem algumas razões possíveis pelas quais os indivíduos deste estudo podem não se identificar tão fortemente com características atribuídas a um rótulo geracional. Em primeiro lugar, os rótulos geracionais são costumeiramente generalizações, que não levam em conta as diversas experiências das pessoas de uma geração. Os jovens podem

sentir que esses rótulos ignoram sua individualidade, uma justificativa para não identificação verificada no estudo de Lyons e Schweitzer (2017), alinhando-se com o retrato da Gen Z como uma geração caracterizada por uma forte ênfase no individualismo, conforme sugerido em estudos anteriores (BERG; ODDANE; LAMØY, 2022; CHICCA; SHELLENBARGER, 2018; MATRAEVA et al., 2019; PICHLER; KOHLI; GRANITZ, 2021; STATNICKĖ, 2019). Além disso pode ser que os mais novos tenham uma compreensão mais fluida e dinâmica de identidade (FRANCIS; HOEFEL, 2018), influenciada por fatores como avanços tecnológicos e mudanças nas normas sociais, como maior aceitação à diversidade (CHICCA; SHELLENBARGER, 2018; PICHLER; KOHLI; GRANITZ, 2021).

Quando perguntados sobre com quais das características expressas na vinheta os participantes mais se identificam, as mais mencionadas foram “mente aberta” e “realista”, citadas por metade dos entrevistados. Já quando falam das características com as quais eles menos se identificam, surgem “individualismo” e “não disposto a correr riscos”. A figura 7 demonstra as respostas espontâneas de identificação ou não identificação de cada característica destacada na vinheta.

Figura 7 - Identificação com as características da vinheta



Fonte: Elaborado pela autora.

Chama a atenção o alto índice de não identificação com “individualismo” por ser um traço presente em diversos estudos sobre esta coorte geracional (BERG; ODDANE; LAMØY, 2022; CHICCA; SHELLENBARGER, 2018; MATRAEVA et al., 2019; PICHLER; KOHLI; GRANITZ, 2021; STATNICKĖ, 2019). Por outro lado, esta talvez seja uma característica muitas vezes não assumida por ser algo não desejável e não apreciado em uma sociedade considerada coletivista, como a brasileira (HOFSTEDE, 2011). Segundo os achados de Lyons e Schweitzer (2017), os participantes mais jovens são os menos inclinados a se identificar com

um grupo geracional e estes autores sugerem que isso pode estar relacionado a uma reputação não tão positiva das gerações mais novas na imprensa popular, o que pode ser o caso quando se associa individualismo a algo negativo.

Em relação a questões de diversidade, metade dos entrevistados demonstrou se importar e apenas 11% declarou ser indiferente ao tema. A valorização da diversidade é uma tendência que já vem sendo observada em alguns estudos com *Millennials*, quando comparados às gerações anteriores (KALARGYROU; BARBER; KUO, 2018; TUREEN; SKARL, 2020). A forma como a diversidade de gênero, por exemplo, é encarada por alguns dos participantes, pode ser vista nas falas de E13 e E15.

> Bom, hoje a gente já vê muitos gays, lésbicas, hoje pra mim isso é normal. Mas eu sei que para algumas gerações não é. Meu convívio hoje eu posso te dizer que 70% é da *vibe* LGBTQIA+. Já se eu falo com a minha mãe ela já fica um pouco com um pé atrás. Mas é a questão da criação, da geração, que é diferente. (E13, 26 anos)

> Eu diria, por exemplo, que se a gente falar sobre homossexualidade, nesse caso as pessoas da minha geração eu vejo como pessoas muito, muito, muito mais tolerantes do que pessoas de outras gerações. Isso sim, eu diria que, com certeza. (E15, 22 anos)

Ao serem perguntados sobre que outras características teriam em comum os entrevistados com as pessoas de sua geração, as mais citadas foram o uso de tecnologia e ter uma personalidade mais questionadora, esta última ressaltada por um dos participantes conforme abaixo:

> Quando algo está incomodando, a gente realmente , não sei se poderia ser chato, mas também reivindicar o que é seu, sabe, essa coisa de reivindicar, de você ir pra cima e falar, não, eu tenho isso por direito. Então, assim, não, isso está errado, por causa disso, disso e disso, apresentar os fatores e, assim, não se contentar com o que a gente recebe. (E8, 20 anos)

Ao abordar pontos em que se veem diferentes de pessoas de sua geração, a maior parte dos comentários aparece em forma de crítica, especialmente em relação a atitudes orientadas para o trabalho, como vemos nas falas de E7 e E16.

> ...eu acho que as pessoas da minha geração também estão um pouco mais tranquilas assim, em relação a arranjar emprego, a começar a trabalhar. (E7, 23 anos)

> Eu vejo que a minha geração usa muita muleta. 'Ai se eu fizer assim, se eu fizer aquilo' e eu não gosto disso, eu acho que você tem que trabalhar duro, e eu vejo que o pessoal não gosta muito de trabalhar duro. (E16, 27 anos)

Conforme estudos recentes, a geração Z estaria apenas moderadamente engajada no local de trabalho (STATNICKĖ, 2019), inclinada a pegar atalhos e fazer apenas o necessário (BERG; ODDANE; LAMØY, 2022).

Aqui também notamos diferenças dentro da mesma geração, um fenômeno verificado anteriormente por Leslie et al (2021) em que os autores estabeleceram subgrupos da Geração Z, classificando os que buscam um ambiente de trabalho confortável como *Chill Worker Bees* (que pode ser traduzido como Abelhas Operárias Despreocupadas), os que valorizam o equilíbrio entre vida pessoal e profissional como *Social Investors* (ou Investidores Sociais) e os que priorizavam o avanço da carreira como os *Go Getters*, uma expressão utilizada para descrever alguém determinado em obter sucesso. A fala de E17 ilustra a diferenciação sugerida dentro de sua própria geração.

> ...eu acho que é uma questão mais geracional. A gente foi instruído de outra forma ali, no processo de formação e tal. Eu acho que a geração que está vindo, ela já não dá tanta importância para o trabalho, mas tem outros aspectos a priorizar que diferem muito da minha. (E17, 27 anos)

As falas acima de E16 e E17 também podem estar relacionadas ao fato de ambos os participantes fazerem parte do grupo cúspide, que é a fase de transição entre duas gerações distintas em que características de ambas podem se sobrepor. Estudos comparando diferentes coortes verificaram que os *Millenials* demonstram forte orientação para realizações e vontade de trabalhar duro para alcançar o sucesso (LYONS; DUXBURY; HIGGINS, 2007; TUREEN; SKARL, 2020).

O quadro 4 resume as principais características atribuídas pelos participantes à sua geração. Não estão incluídas nele as que, apesar de mencionadas, já haviam sido abordadas durante a discussão da vinheta, como mente aberta, impaciência, imediatismo e a importância dada a questões de diversidade. Na coluna da direita vemos aquelas com as quais alguns se identificam, na da esquerda estão descritos os pontos onde ocorrem diferenças. O quadro revela a identificação com características consideradas pelos respondentes como fundamentalmente positivas e a não identificação com aspectos considerados por eles como negativos, em sua grande parte, em uma clara demonstração da Teoria da Identidade Social, que defende que os indivíduos atribuem a si mesmos o prestígio e características positivas de seu *ingroup* em

comparação ao *outgroup*, favorecendo o primeiro, em termos de comportamento e atitudes (TURNER; BROWN; TAJFEL, 1979).

Quadro 4 - Características atribuídas pelos participantes à sua geração

Me identifico com a minha geração	Me vejo diferente das pessoas da minha geração
Uso de tecnologia	Encaramos o trabalho de forma diferente
Ser questionador	Eles não são persistentes
Valorizar os estudos	Eles são inseguros
Buscar independência	Eles não têm senso de responsabilidade
Querer abraçar o mundo	Eles vivem em um mundo fantasioso
Priorizar saúde mental	Eles só vivem o hoje
Valorizar bem-estar no trabalho	Eles não têm uma relação com Deus
Preocupação com causas sociais	Eles são determinados
Adiar a maternidade	Eles têm facilidade de se relacionar virtualmente
Ser politizado	Eles seguem modinha

Fonte: Elaborado pela autora.

Mais da metade dos entrevistados fez comentários que remetem à importância dada por eles aos estudos, a exemplo das falas de E11 e E13.

> Meu pai não estudou. Ele fez até a sexta série porque no tempo deles não é o que importava tanto, sabe? Ele preferia jogar bola e sempre teve também a família ali pra dar tudo que eles desejassem. Então, né, para que estudar? E hoje eu vejo que é muito importante, sabe? Estudar é algo que não conseguiria largar, os estudos. (E11, 25 anos)

> Eu acredito que a minha geração veio pra estudar mais... antigamente não era tão acessível e hoje eu vejo que boa parte tem estudo, termina a escola, faz a faculdade. Não 100% né, infelizmente. (E13, 26 anos)

No entanto, podemos verificar duas observações pertinentes de E13: a primeira diz respeito ao acesso à educação formal, que, de fato, é maior atualmente. A implementação de leis de cotas raciais há pouco mais de dez anos e outras políticas afirmativas, têm desempenhado um papel significativo na promoção do acesso à educação superior e também ao ensino técnico e profissionalizante para a população menos privilegiada, visando mitigar as desigualdades históricas e estruturais presentes no país. Ao reservar uma parcela das vagas para estudantes negros, pardos e indígenas, as leis de cotas raciais visam ampliar a representatividade desses grupos, promovendo a diversidade e combatendo o racismo estrutural. Adicionalmente, outras políticas afirmativas também contemplam outras dimensões socioeconômicas, ao levar em consideração critérios como renda familiar e origem escolar. Já o comentário final de E13, implica que nem todos concluem seus estudos, seja ensino médio ou superior, o que é uma

realidade. Segundo o IBGE (2019), a renda é um dos fatores que determinam os percentuais de abandono e atraso escolar, com taxas de evasão escolar do ensino médio dos jovens mais pobres oito vezes maior que o dos jovens mais ricos. Outras variáveis são a região do país, gênero e raça, sendo maior a evasão de homens, nas regiões Norte e Nordeste, e entre raça pretos ou pardos, quando comparados com brancos. Em termos de ensino superior, apenas 16.5% da população com mais de 25 anos o completou e a porcentagem de ensino incompleto é ainda menor, quatro por cento (IBGE, 2019). Um outro dado alarmante do IBGE (2019) é a alta porcentagem de pessoas de 15 a 29 anos de idade que não trabalhavam e nem estudavam (22,1%), ressaltando os enormes desafios para a educação brasileira na atualidade. Estas estatísticas nos levam a uma reflexão de que, as leis de cotas raciais e outras políticas afirmativas não podem ser medidas isoladas, mas devem ser acompanhadas por ações complementares, como iniciativas de inclusão e permanência estudantil, que garantam o suporte necessário para que os estudantes possam concluir seus cursos de forma bem-sucedida. Conforme mencionado no capítulo anterior, praticamente todos os participantes deste estudo frequentam curso superior ou já são graduados, a grande maioria estudou 100% em escola privada (ensino fundamental, médio e superior), se declarou como branco e morador na região sudeste, situação que os coloca em um patamar muito acima da população brasileira, na média.

No que diz respeito à preocupação declarada com causas sociais, estudos prévios apontam a *Gen Z* como uma geração que possui alto nível de consciência social (CHICCA; SHELLENBARGER, 2018), condena a desigualdade de renda (BILLIOT, 2020) e que busca empresas que causem impacto social (LESLIE et al., 2021). Neste trabalho, no entanto, essa "veia mais social", assim descrita por um dos entrevistados, se mostrou de maneira evidente e representada por ações concretas apenas nas falas de dois indivíduos: um que mencionou sua atuação voluntária em um grupo que acolhe mulheres vítimas de violência, tanto psicológica quanto física (E9), e outro que exerce a função de presidente da associação de moradores de seu bairro, na periferia da cidade de São Paulo (E15), cujo foco principal está na arrecadação de alimentos e distribuição para as famílias mais carentes da comunidade. O aparente tímido engajamento talvez esteja relacionado ao que Chicca e Shellenbarger (2018) se referiram como ativismo sedentário, onde as ações que impactam em questões sociais são estruturadas através da internet ou mídias sociais e não propriamente de forma ativa no local onde as demandas se originam. O discurso de E10 ao ser questionada sobre de que forma se posiciona a favor de questões relacionadas aos direitos humanos talvez seja um exemplo de ativismo sedentário:

> Posicionamento na internet, participação de grupo na faculdade, debates discursivos com pessoas próximas a mim, pra tentar realmente fazer com que essas pessoas entendam como que as coisas são hoje. É, enfim, aberta a tirar dúvidas mesmo, que às vezes é uma ignorância, no sentido de não saber, da gente não conhecer aquilo, então eu sou nesse sentido, assim, aberta ao debate, sabe? (E10, 23 anos)

O termo "ser politizado" foi mencionado por 22% dos respondentes como algo característico de sua geração e um aspecto com o qual se identificavam. De fato, houve em 2022 um aumento significativo no número de jovens eleitores de 16 e 17 anos, onde o registro eleitoral e o voto são opcionais (TSE, 2022). Isso marcou uma reversão em uma tendência de queda no interesse dos adolescentes pela participação nas eleições, que vinha ocorrendo desde 2010. Abaixo E10 descreve sua percepção sobre o assunto.

> Acho que é uma geração muito mais ativa politicamente, né? A gente não fala tanto assim que política não se discute, como era uma frase "política, religião e futebol não se discute", muito pelo contrário. (E10, 23 anos)

Apenas 11% dos entrevistados mencionaram seguir uma religião e pontuaram essa característica como algo que os diferencia de outras pessoas de sua geração. Estudos com norte-americanos destacam que os mais jovens são geralmente menos ligados a tradições e instituições como a igreja (DENCKER; JOSHI; MARTOCCHIO, 2007). Entretanto, conforme dados de uma pesquisa da McKinsey[1] (FRANCIS; HOEFEL, 2018) com mais de dois mil brasileiros, 76% da *Gen Z* afirma pertencer a uma religião, embora esses jovens se mostrem mais liberais e abertos a temas não necessariamente alinhados com o que suas religiões pregam, como diversidade de gênero.

4.1.1. NECESSIDADES E PREFERÊNCIAS NO LOCAL DE TRABALHO

Entre as características em comum com as de sua geração, duas relacionadas ao trabalho foram citadas: a priorização de saúde mental e valorização do bem-estar no trabalho. Mais de

[1] De junho a outubro de 2017 a McKinsey, em parceria com a Box1824, uma agência de pesquisa especializada em tendências de consumo, mobilizou pesquisadores, psicólogos e cientistas sociais que realizaram pesquisas de campo etnográficas para observar como os *Gen Zers* se comunicam, em que acreditam e as escolhas que fazem (e por quê). Usando técnicas etnográficas avançadas (invasão de cenário), os pesquisadores realizaram 120 entrevistas qualitativas em Recife, Rio de Janeiro e São Paulo com pessoas dessa geração. Além da pesquisa de campo, 90 Gen Zers participaram de grupos focais nessas três cidades, bem como em Florianópolis e Goiânia. De 3 a 11 de outubro, também foi realizada uma pesquisa online com 2.321 indivíduos (homens e mulheres) de 14 a 64 anos de diversas faixas socioeconômicas no Brasil. A pesquisa combinou dados qualitativos com dados quantitativos multigeracionais que atravessam classes socioeconômicas.

um terço dos participantes, com idades entre 22 e 27 anos, relatou estes dois fatores juntamente com a necessidade de equilíbrio entre trabalho e vida pessoal como algo que sua geração vem buscando, como demonstram as falas abaixo.

> ...eu vou ter final de semana, eu vou ter feriado, eu posso não receber mais por isso, eu posso até estar perdendo dinheiro mas eu sei que a minha saúde é mais importante do que isso. Então aquela questão de saúde mental também. (E2, 27 anos)

> Acho que a minha geração é mais isso, de priorizar mais saúde mental, ainda mais que é algo que agora as empresas estão abordando mais também, né? Então eu vejo que no LinkedIn, eu sempre vejo postagem disso também, de ter uma qualidade de vida maior no trabalho, sabe? Então é algo que eu vejo muito de fora e que as pessoas priorizam muito mais. Já vi também diversos vídeos, tipo TikTok, por exemplo, gente que sai do trabalho, porque não tava mais aguentando e algo que eu vejo que, se fosse na geração dos meus pais, por exemplo, eles não iam fazer isso porque eles precisavam do dinheiro, sabe? (E7, 23 anos)

> Dinheiro também é importante, mas tipo, se você está recebendo bem mas está num lugar que é ruim de trabalhar, acho que não compensa, sabe? Você acaba se esgotando emocionalmente pra ganhar um pouco a mais. (E5, 22 anos)

É de extrema importância que os jovens estejam cientes dos problemas de saúde mental e tenham apoio da sociedade como um todo e acesso a tratamento profissional pois a saúde mental desempenha um papel crucial no bem-estar geral e na qualidade de vida. Dados levantados pela McKinsey em 2022 com jovens norte-americanos de 18 a 24 anos de idade mostram que 55% deles relatam ter recebido um diagnóstico e/ou tratamento para uma doença mental, a mais alta taxa entre todos os grupos de idade sondados (DUA et al., 2022). Notamos ainda que a fala de E7 sugere que a atitude de deixar um ambiente de trabalho tóxico talvez seja uma opção viável somente para quem tiver uma rede de apoio não só emocional, mas também financeira, o que atualmente não parece ser uma possibilidade para todos no Brasil.

A fala de E5 também exprime a preferência de um ambiente bom de trabalho sobre questões de remuneração, este um item que faz parte do que Papavasileiou e Lyons (2015) se referiram em seu estudo com *Millennials* gregos como valores de trabalho extrínsecos. Isso não quer dizer que os jovens entrevistados não estão interessados em buscar independência financeira, mas sim que esse não é o principal motivador da maioria quando se trata de analisar o que eles julgam ser mais importante em um ambiente de trabalho. Ao menos 28% dos participantes expressaram que ganhar dinheiro é algo que também faz parte de seus objetivos, como podemos notar nas falas de E4 e E18.

> ...claro que não dá para sair do capitalismo, só se você morar numa aldeia vivendo de troca. (E4, 24 anos)

> Ganhar dinheiro ((risos)). Eu falo, somos movidos pelo capitalismo. As pessoas da minha faixa etária, todos nós trabalhamos, corremos atrás do nosso no sentido de fazer tentar acontecer o que nós queremos que aconteça. (E18, 26 anos)

Além dos pontos mencionados acima, outros valorizados por mais da metade dos entrevistados foram a oportunidade de aprender, crescer e se desenvolver, ter um plano de carreira transparente e autonomia para fazer o trabalho, todos definidos por Papavasileiou e Lyons (2015) como valores de trabalho intrísencos, que estão relacionados à busca de crescimento pessoal, como promoção e independência. Podemos ver esta perspectiva nas falas de E4 e E6.

> Eu gosto muito de aprender, eu fiz vários cursos, então o que me dá prazer em trabalhar é saber que eu estou me desenvolvendo e aprendendo coisas novas diariamente, lidando com situações novas, então, ser dinâmico. (E4, 24 anos)

> ...enquanto eu tiver a oportunidade de estar aprendendo mais sobre as coisas que eu estou fazendo ou aprender coisas novas assim que são do meu interesse, pra mim, tipo, perfeito. (E6, 24 anos)

Valorizar as oportunidades de aprendizado e desenvolvimento é algo também percebido quando se analisam outras gerações, como a Y ou a X (NELSON; DUXBURY, 2021). Por outro lado, pesquisas indicam que a geração Z deseja mais autonomia do que as gerações anteriores, com um quarto dos adultos declarando, inclusive, o desejo de trabalhar por conta própria (LESLIE et al., 2021). No grupo de entrevistados para esta pesquisa temos ao menos um que tem seu próprio negócio, conforme especificado na seção perfil dos participantes, no capítulo de percurso metodológico (Quadro 3).

A importância de valores intrínsecos se sobrepondo aos extrínsecos, conforme observamos acima, revela um achado semelhante ao de outros estudos que investigaram a priorização de valores de trabalho de *Millennials* (PAPAVASILEIOU; LYONS, 2015; PORTO; TAMAYO, 2007). Na mesma proporção de citações dos referidos aspectos intrínsecos já mencionados, estão atributos vinculados a relações sociais, que envolvem a "busca de relações sociais positivas no trabalho e de contribuição positiva para a sociedade por meio do trabalho" (PORTO; TAMAYO, 2007, p.65), como ter um ambiente colaborativo e respeitoso,

uma liderança empática e mais disposta a ouvir, e uma comunicação aberta e clara com relação à função e às tarefas, aspectos presentes nas falas abaixo de E10, E12 e E15. No entanto, neste trabalho, os valores sociais e afetivos apareceram na frente dos extrínsecos, um resultado que difere dos estudos de Papavasileiou e Lyons (2015) e Porto e Tamayo (2007). Uma possível explicação para isso é que a Geração Z cresceu em uma era altamente conectada e talvez socialmente mais consciente, o que pode levar seus membros a colocar uma ênfase maior em relacionamentos significativos e equilíbrio entre vida profissional e pessoal do que em promoções (MALONI; HIATT; CAMPBELL, 2019).

> Eu acho que uma gestão empática. Acho que pra mim, na minha atual situação, é muito crucial, pela faculdade, por ser jovem. Principalmente quando eu entrei, sentir que a minha gestora era aberta, que era uma pessoa fácil de se relacionar, pra mim foi muito importante, para sentir que eu ia ser capaz de fazer aquilo. (E10, 23 anos)

> Eu acho que uma comunicação mais aberta. Acho que uma sinceridade na hora de compartilhar as demandas e todos esses fluxos que existem dentro escritório. ... acho que pra mim, principalmente, estando aqui, de *home office*, de longe, a comunicação é a parte mais importante. Saber explicar bem como tu queres que o trabalho seja feito, em quanto tempo, qual é o prazo, o que tem que fazer nesse que não no outro, então é isso assim, uma comunicação bem aberta e esmiuçada, para não ficar nenhuma dúvida. (E12, 19 anos)

> ...uma das coisas que eu mais gosto no meu departamento, na minha área de trabalho, é justamente as pessoas e o relacionamento que todos têm com todos. Eu acho que é algo que flui muito melhor, você não ter que pisar em ovos com pedir ajuda pra alguma pessoa ou algo do tipo, então eu acho que isso acaba ajudando tudo e todos. (E15, 22 anos)

Estudos científicos confirmam que os funcionários mais jovens são mais propensos a serem novos na empresa e, como tal, precisam mais direção e clareza de papéis (NELSON; DUXBURY, 2021). Para isso, uma comunicação eficaz e eficiente é realmente importante, ainda mais no contexto de trabalho remoto. Em relação ao tipo de gestão, em uma reunião do World Economic Forum ocorrida em janeiro de 2023 em Davos para tratar de temas relacionados ao pilar *Youth and Young People*, iniciativa que tem como objetivo engajar e capacitar jovens no mundo todo para eles desempenhem um papel ativo na construção de uma mundo sustentável e inclusivo, ficou estabelecido entre as cinco principais reivindicações (ou *Calls to Action,* em inglês) que os jovens tanto apoiam quanto desejam ser líderes empáticos e autoconscientes. A importância dada a determinadas características de um gestor, tais como ser confiável, honesto e solidário, além de mente aberta, também aparece no estudo conduzido por

Tureen e Skarl (2020), que investigaram as preferências geracionais mais valorizadas em um líder admirado.

A importância de questões relativas a prestígio e poder apareceu nas falas de apenas dois entrevistados, ambos homens (E1 e E16), se caracterizando, no geral, como uma prioridade menor em comparação a valores laborais intrínsecos, extrínsecos ou sociais, um resultado semelhante ao verificado em pesquisa com estudantes universitários brasileiros da geração *Millennial* (PORTO; TAMAYO, 2007).

O uso de tecnologia e relacionamentos virtuais, também mencionados no Quadro 4, serão tratados na próximo tópico.

4.2. EXPERIÊNCIAS COMPARTILHADAS

A teoria das gerações de Karl Mannheim (1952) é uma perspectiva sociológica que destaca a importância das experiências compartilhadas pelos indivíduos de uma mesma geração. Essa teoria reconhece que as gerações não são apenas agrupamentos etários, mas também são influenciadas por acontecimentos marcantes, como guerras, revoluções e avanços tecnológicos, que impactam profundamente a maneira como os indivíduos se veem e se relacionam com a sociedade. Sob este tópico, abordaremos as diferentes esferas em que pudemos observar a influência das experiências compartilhadas na identidade geracional dos participantes deste estudo.

4.2.1. EVENTOS HISTÓRICOS

Segundo Mannheim (1952), os eventos históricos desempenham um papel fundamental na formação da consciência e identidade das gerações, moldando suas visões de mundo e comportamentos. Em seu estudo sobre Gerações Brasileiras, em que compararam períodos de nascimento, eventos e gerações, Milhome e Rowe (2020) classificaram os nascidos entre 1992 e 2004 como Geração 4.0 e associaram a esta coorte três acontecimentos históricos ocorridos em seu período de formação: o *Impeachment* de Dilma Rousseff, o Governo Bolsonaro e o Covid 19. É sabido que eventos como estes podem impactar as pessoas de forma diferente, dependendo de sua realidade social, como localização, religião, gênero e status (EDMUNDS; TURNER, 2005).

Em nossa pesquisa, mais da metade dos entrevistados fez referência à pandemia e/ou a fatos políticos quando o tema eventos coletivos marcantes em sua vida foi discutido. Abaixo

algumas das falas sobre a pandemia, nas quais podemos notar diferentes percepções de um mesmo acontecimento.

> Ah, não tem como não falar da pandemia, não é? Obvio, foi o evento mais recente, em uma escala gigantesca, que durou quase 2 anos, mudou a forma como a gente fazia muita coisa. Talvez essa entrevista fosse presencial se não o fosse a pandemia. (E1, 23 anos)

> Para mim o mais forte realmente foi o Covid... era uma coisa muito distante, então quando finalmente o Covid chegou aqui no Brasil, foi muito marcante. Porque era aquela coisa, finalmente eu estava naquela idade de sair da faculdade, poder viajar, poder fazer coisa e de repente, não, você vai ter que ficar em casa nos próximos meses, anos e você não sabe quando você vai estar liberada. (E2, 27 anos)

> Eu acho que uma coisa que também foi muito marcante foi quando a gente conseguiu começar a vacinação, sabe? Essa coisa de trazer esperança. O tanto de esperança que a gente colocava em cima daquilo e o tanto de, acho que alguma luz, né, que a gente tinha de dias melhores, em poder sonhar de novo, em conseguir ver as pessoas. (E8, 20 anos)

> Durante a pandemia foi muito bom porque eu fiz um intensivão com a minha psicóloga e toda semana tinha consulta. Eu sinto que muita gente não gostou da pandemia, eu também não gostei, mas eu consigo ver muitas coisas positivas que eu consegui tirar dela, e uma delas foi trabalhar em mim mesma. (E11, 25 anos)

> De eventos históricos, é claro que a pandemia, né? Eu era estudante do ensino médio e eu entrei no escritório no meio da pandemia também... Inclusive é uma coisa que se completa porque eu só pude entrar no escritório em 2020 porque eu estava no ensino à distância. Então assim, eu diria, eu fui muito prejudicado no ensino médio... não tive, né, todas as experiências do ensino médio. Por exemplo, a formatura ou o contato com os colegas, todos esses tipos de coisa que são marcantes no ensino médio, que eu só tive em 2019, eu estava no primeiro ano, e o segundo ano logo entrou a pandemia... praticamente eu não tive ensino médio... às vezes eu não tinha aula porque tinha caído a internet do colégio, às vezes o professor não escutava as minhas perguntas, então assim, não deu pra estudar. (E12, 19 anos)

A pandemia global representou um impacto significativo em diferentes aspectos da vida de todas as pessoas, tendo afetado de forma particularmente marcante a coorte que abordamos neste trabalho. Além do distanciamento social, as restrições de mobilidade, e as incertezas econômicas, estes jovens tiveram que lidar com transformações abruptas em suas rotinas em uma fase crucial de suas vidas. Podemos relacionar, de alguma forma, a frustração que percebemos na fala de E2 à incerteza, que se tornou a norma durante esta fase, e que, como tal, pode ter sido motivo de ansiedade e afetado fortemente o bem-estar mental, conforme discutido

anteriormente. No caso de E11, o atendimento psicológico profissional recebido pode ter sido um fator que contribuiu para que este sujeito tivesse uma visão mais positiva frente ao acontecimento.

Acima, os participantes E1 e E12 citam o que podemos considerar uma das vantagens do surto de Covid-19, que foi o estabelecimento de novas formas de interação, com arranjos mais flexíveis proporcionados pela tecnologia, como o trabalho remoto. Porém, o desabafo de E12 com relação a quanto se sentiu prejudicado em sua educação no ensino médio também nos faz refletir que os desafios foram ainda maiores para os que tiveram acesso limitado à tecnologia, apoio insuficiente de escolas e falta de espaço físico e/ou ambiente familiar adequado para estudar.

Dados do Censo Escolar (INEP, 2022a) mostram que os estudantes do ensino médio foram os mais afetados pela pandemia, a taxa de abandono neste grupo mais que dobrou em 2021 em comparação a 2020, indo de 2,3% para 5% dos alunos matriculados na rede pública. Outra informação preocupante divulgada pelo Inep (2022b), é o nível de acerto que os alunos do ensino médio avaliados alcançaram em questões básicas de Matemática e Língua Portuguesa, apenas 27% e 50%, respectivamente. As consequências desse fato podem afetar não só a vida pessoal e profissional desses estudantes e suas famílias, mas também causar impacto na economia do Brasil, considerando que, uma força de trabalho qualificada é crucial para garantir o desenvolvimento econômico e o crescimento de um país no longo prazo (MUSSIDA; SCIULLI; SIGNORELLI, 2019). Entendemos que a falta de mão de obra especializada pode representar não só uma limitação no desenvolvimento e aplicação de tecnologia, mas afetar também negativamente a produtividade, a qualidade de serviços e produtos, além de contribuir para o aumento do emprego informal e da desigualdade de renda (MUSSIDA; SCIULLI; SIGNORELLI, 2019), apenas para citar algumas.

Eventos relacionados a política foram citados por um terço dos entrevistados como acontecimentos coletivos marcantes. As eleições de 2018 e 2022 no Brasil representaram momentos cruciais na história política do país, despertando grande interesse e participação por parte dos jovens, conforme visto anteriormente. Outros episódios citados foram os protestos em 2013, cuja principal reivindicação era a redução da tarifa dos transportes públicos, e o Impeachment de Dilma Roussef, ocorrido em 2014. Os participantes que fizeram menção a estes eventos, tinham em média 19 anos na época em que os vivenciaram. As falas de E10 e E17 expressam de forma clara a sua localização histórica perante os fatos citados.

> Acho que se tivesse um acontecimento que mudou a minha visão de mundo, eu diria as eleições de 2018, que foram assim, cruciais pra algumas escolhas e, tipo assim, o ovo para lá e o ovo pra cá, sabe? Quando a história for contada, eu vou falar que eu estava de qual lado das coisas. (E10, 23 anos)

> Eu peguei bem aquela parte da greve dos 3 reais do ônibus. Eu lembro que estava no cursinho nessa época e foi o maior bafafá. Enfim, era junto com a Copa, então estava um caos. Eu acho que essa é bem a minha geração, tipo, bem a minha época. E também teve a época do impeachment da Dilma, que eu estudava no Mackenzie, a Paulista ali do lado, "vamos na manifestação e tal". Eu já era maior, né? Eu já estava na faculdade, isso é mais claro para mim. ... essas coisas que aconteceram, digamos, de 2014 para cá, eu acho que são coisas que eu posso falar, vou lembrar disso daqui a 20 anos, era bem na minha época, tenho amigos que foram na manifestação. (E17, 27 anos)

Um acontecimento político mais recente que também foi lembrado foi a invasão às sedes dos Três Poderes em Brasília, em 8 de Janeiro de 2023. E11 compartilhou sua visão sobre a ocorrência.

> Eu me senti triste porque é uma democracia, sabe? Ficou claro que muita gente não respeita a democracia. Porque tudo bem, a gente acha que uma pequena quantia não respeita, mas assim, foi algo tão gigantesco que dá até medo do que está por vir no futuro. (E11, 25 anos)

Além da pandemia e eventos políticos, os participantes mencionaram situações envolvendo outros contextos. Ao trazer de sua memória um acontecimento impactante de 2014 ligado ao futebol, o esporte mais popular do país, E1 faz uma conexão com a situação econômica na mesma época.

> O 7 a 1. Marcou de ser um jogo em que eu lembro de pessoas que não comentavam de futebol, pessoas que não tinham relação nenhuma com nada, ficavam falando daquilo por dias e semanas, aquilo era o assunto... depois viralizou muito na internet uma coisa como a Alemanha não ganhou da gente só nisso, né? Porque parece que aqui no Brasil, só parece, que o futebol é o que importa. Só que aí, depois que perde, meio que a gente volta pra realidade e aí começavam a falar, o Brasil tomou de 7 a 1 na educação, em economia, nisso, naquilo. Então eu lembro que o pessoal brincava com isso também, que o 7 a 1 não foi só dentro de campo, né? (E1, 23 anos)

Eventos climáticos, a exemplo do que ocorreu em São Paulo em 2019, quando "o dia virou noite" por causa, em parte, de fumaça de queimadas na região amazônica, e a criminalização da homofobia e da transfobia, em 2019, foram apontados igualmente como acontecimentos marcantes na vida de alguns entrevistados. Por último, a invasão da Rússia à Ucrânia, iniciada em 2022, também apareceu nas falas de alguns participantes, como E8 e E10.

> ...essa guerra na Ucrânia, quando isso começou, para mim foi um baque muito grande, sabe? De ver isso realmente acontecendo. Querendo ou não, a gente está participando de um momento histórico, né? Isso é uma coisa que afeta a gente direta e indiretamente. (E8, 20 anos)

> ...a guerra na Ucrânia... Acho que um evento desse tamanho, com essa amplitude por conta das mídias sociais também... E aí fica muito mais latente a questão dos refugiados, acho que fica mais agravado quando a gente tem um episódio assim, acontecendo na nossa frente, passando na nossa *live* do Instagram (E10, 23 anos)

Em uma pesquisa realizada pelo McKinsey Health Institute[2] (ARORA et al., 2022) em 2022 com 6.247 indivíduos com idades entre 18 e 24 anos, foi verificado que 47% dos entrevistados da Geração Z relataram altos níveis de angústia devido às mudanças climáticas globais, 41% à guerra na Ucrânia e 28% ao COVID-19.

Outros acontecimentos históricos como o 11 de Setembro também foram citados, no entanto, por serem eventos ocorridos na infância dos entrevistados e não durante o período de formação considerado pela literatura não foram considerados para análise e discussão. (ERIKSON, 1959, apud ISLAM; HAQUE, p.2, 2021; LYONS; KURON, 2014), não foram considerados para análise e discussão.

4.2.2. FATORES CULTURAIS

Ao estudar gerações e suas fronteiras, alguns estudiosos colocam menos ênfase em eventos históricos e, em vez disso, concentram-se em aspectos culturais, por exemplo, o impacto da música, uma abordagem que permite destacar seus hábitos sociais únicos (STATNICKĖ, 2019). A interconexão entre tecnologia, música e linguagem tem impactado diversas esferas da vida desses jovens, desde suas relações sociais até suas práticas de consumo cultural, influenciando diretamente suas experiências, percepções, comportamentos, e, certamente, a formação de sua identidade geracional.

[2] Para entender melhor as perspectivas da Geração Z, o McKinsey Health Institute (MHI) lançou uma pesquisa de percepções do consumidor em dez países europeus (França, Alemanha, Itália, Holanda, Polônia, Espanha, Suécia, Suíça, Turquia e Reino Unido) em maio de 2022. Foram obtidas respostas de 10.273 pessoas via internet, incluindo 6.247 indivíduos da Geração Z entre 18 e 24 anos. Indivíduos de outras quatro gerações também foram pesquisados. Esta pesquisa de percepções do consumidor se concentrou em como os entrevistados - principalmente a Geração Z - estavam se sentindo em um determinado momento (inverno/primavera de 2022).

4.2.2.1. TECNOLOGIA

A geração Z, composta por indivíduos nascidos entre 1995 e 2012 (TWENGE), tem sido amplamente reconhecida como uma geração imersa na era digital e altamente conectada, cercada de smartphones e Wi-Fi grátis desde sempre. Os membros mais velhos desta coorte estavam entrando na adolescência quando o iPhone foi lançado no Brasil, em 2008. A relação da Gen Z com a tecnologia é caracterizada por uma afinidade inerente e uma incorporação natural das plataformas digitais em suas vidas cotidianas. Essa geração cresceu em um ambiente onde a tecnologia desempenha um papel central em sua socialização, comunicação, aprendizado e entretenimento.

Em nosso estudo, buscamos identificar as relações desses jovens com a tecnologia digital, saber que ferramentas estão usando, para quê e com que frequência. Foram mencionadas plataformas de reuniões virtuais, softwares de gerenciamento de tarefas e de calendário, aplicativos voltados para gestão financeira, sistemas de *streaming* de música, de vídeo e podcasts, aplicativos de navegação GPS, jogos virtuais e serviços de vídeos e lives (transmissões ao vivo) de jogos, programas que permitem comunicação entre equipes de jogadores on-line, e, claro, redes sociais, estas últimas as mais referidas e citadas por todos os entrevistados.

Estudos revelam que as redes sociais são predominantemente utilizadas por jovens para expressarem sua identidade, administrarem relacionamentos e interagirem com seus colegas (TRÜLTZSCH-WIJNEN; TRÜLTZSCH-WIJNEN, 2014). Entre os motivos citados pelos entrevistados desta pesquisa para usar as redes sociais, estão: manter contato com amigos e familiares, executar atividades relacionadas ao trabalho, incluindo venda de produtos ou busca de emprego, criar comunidades para debate de tópicos selecionados, participar de grupos de discussão sobre temas de interesse, adquirir conhecimento, encontrar recursos práticos que possam melhorar sua vida cotidiana, ler notícias, seguir algum perfil de influenciador para ter acesso a uma realidade diferente da própria, ou, simplesmente, passar o tempo.

De acordo com a literatura, uma característica típica dos membros da Gen Z é a atitude "*Do it yourself*" (faça você mesmo, em português) (GAIDHANI; ARORA; SHARMA, 2019), uma consequência de sua intimidade com as ferramentas digitais, que os capacita a encontrar tutoriais para realizar uma ampla gama de ações e atividades. A fala de E15 ilustra este aspecto.

> O YouTube, por exemplo, eu comprei um apartamento recentemente, ontem, na parte da noite eu fui lá, eu vi um vídeo no YouTube de eletricista e instalei

> as lâmpadas do meu apartamento. Pra mim está tudo no YouTube, sabe? Se eu preciso de alguma coisa eu vou ver um tutorial ali, então pra mim é uma parte muito essencial. (E15, 22 anos)

Quando questionados sobre a frequência de uso de tecnologia digital como um todo, as respostas variaram entre “diariamente”, “todo dia, toda a hora”, “praticamente o dia todo”, “eu não vivo sem o meu celular”, “eu realmente não sei como seria a vida sem”, “ o dia inteiro”. As falas de E5 e E17 reforçam a alta intensidade de utilização:

> Hoje em dia a gente não faz praticamente nada se não tiver um celular. Se acabar o 4G, acabou a vida, né? (E5, 22 anos)

> Agora você não trabalha, você não faz mais nada, eu não vou na esquina se eu não pego meu celular e ponho no Waze. (E17, 27 anos)

Em conformidade com achados de Siibak e Murumaa-Mengel (2019), nossa pesquisa também verificou críticas dos participantes ao uso de redes sociais por eles mesmos, apontando o uso frequente das mídias sociais como um "vício" ou “dependência”. Quase um terço dos entrevistados, com idades entre 19 e 27 anos, a maioria homens, demonstraram ciência dos aspectos negativos relacionados ao uso excessivo de redes sociais, e comentaram sobre as medidas de resistência adotadas para exercer maior controle de sua utilização. As ações tomadas por E2, E5, E12 e E16 são descritas abaixo.

> ...eu estou fazendo detox do TikTok ((risos)). Eu já estou há um mês sem TikTok, então eu e o meu namorado, um dia a gente só olhou e falou assim, não, chega, vamos deletar essa porcaria. Às vezes a gente tava entediado, a gente abria o TikTok, passava três horas no TikTok e continuava entediado. (E2, 27 anos)

> Eu usava o TikTok mas estava consumindo muito minha vida, aí eu falei, não, sai fora, aí eu desinstalei. Meu, era muito ruim porque você aí abria e falava, eu vou ver um pouquinho, aí, daqui a pouco passou duas horas, três horas e você nem percebeu. (E5, 22 anos)

> ...vou te falar que eu ultimamente estou tendo várias DR’s com a minha relação com a tecnologia ((risos)). É claro que eu sou um usuário forte de tecnologia... É uma das minhas paixões, mas essa questão das redes sociais e tudo mais, ultimamente eu tenho limitado da minha vida, porque eu percebi que estava realmente virando um vício. Esse estímulo constante e frenético de informações e, pô, também o algoritmo brincando com a tua dopamina o tempo inteiro, falando que tu gostas, isso não estava fazendo tão bem...Eu coloquei um limite de uso de celular por dia de uma hora e meia. Tá batendo certinho. Às vezes extrapola, mas só por causa do WhatsApp, mas consumo

> de conteúdo, por exemplo, de Instagram, TikTok, as redes sociais todas, eu dei uma boa cortada porque eu percebi, por mim, e pelos meus amigos, que tava fazendo mais mal do que bem (E12, 19 anos)

> Deletei todas.(...) Faz um ano e meio. A melhor coisa que eu fiz na minha vida. Se eu estava esperando o elevador eu estava vendo alguma besteira, então é vício. Depois que eu vi vários documentários sobre e várias notícias sobre, você percebe que você é um produto e eu não quero ser um produto. (E16, 27 anos)

Vemos como algo importante e positivo a reflexão e consciência da necessidade de estabelecer relações mais produtivas e saudáveis com redes sociais e a adoção de estratégias de autorregulação por parte dos jovens, a exemplo do que E12 menciona em sua fala acima e complementa abaixo. Estudos com foco em jovens adultos descobriram uma correlação negativa entre o tempo de tela e o bem-estar psicológico, revelando que níveis mais altos de uso de mídia social estão associados a níveis mais baixos de bem-estar (TWENGE, 2019). Outros achados indicam que o uso passivo de mídia social pode contribuir para uma diminuição do bem-estar geral ao longo do tempo (VERDUYN et al., 2015). Conforme discutido anteriormente, o grupo com a maior alta taxa de pessoas diagnosticadas e/ou em tratamento para uma doença mental foi o de 18 a 24 anos (DUA et al., 2022). Já outros estudos que indicam que o modo como os indivíduos se envolvem com as redes sociais pode exercer maior influência em sua saúde mental do que meramente o tempo que as utilizam (BEKALU; MCCLOUD; VISWANATH, 2019).

> ...eu tenho o hábito de escutar muito podcast... como uma medida de redução de danos. Eu também estou habituado a ter esse estímulo digital dia inteiro, né? E não dá pra largar, por vários motivos, porque tu fica sem saber o que fazer, ou tem também aquele medo de estar perdendo alguma coisa, né? Então redução de danos nesse sentido. Então, beleza, se de fato eu necessito da tecnologia e abundância no meu dia a dia, então que seja alguma coisa que pelo menos agregue algum valor, ou de alguma história, que seja alguma aula ou mesmo que fosse, seja uma história engraçada, sei lá, mas é alguma coisa ali que deu um estímulo diferente desses outros estímulos que eu considero descartável (E12, 19 anos).

Ao contrário de Trültzsch-Wijnen, C. e Trültzsch-Wijnen, S. (2014), que perceberam maior autorregulagem de uso de redes sociais por parte de jovens com mais de 24 anos e sugeriram que isso talvez se devesse ao fato de pessoas nessa idade estarem voltadas para outras questões como carreira ou criar filhos, em nosso estudo vimos maior manifestação nesse sentido por parte de pessoas com 23 anos ou menos, ainda que em nosso grupo de participantes ninguém seja ainda pai ou mãe.

Pesquisas indicam que, para os indivíduos da Geração Z, em se tratando de redes sociais, a relação entre pares é o elemento crucial e eles têm a capacidade, inclusive, de transformar um ambiente virtual previamente público ou controlado em um espaço privado, onde podem estabelecer e cultivar suas próprias conexões pessoais (NAPOLI, 2014). Um exemplo é a plataforma Discord, citada por E6:

> Discord, basicamente é um aplicativo de mensagem que lá dentro você pode criar servidores sobre um determinado assunto ou até servidores em geral, é como se você entrasse em um grupo, então todo mundo que tá naquele servidor tem acesso aos canais... E aí, basicamente, você vai interagindo com as pessoas (E6, 24 anos)

A propósito, percebemos uma dissonância por parte de alguns entrevistados sobre o que é considerado uma rede social. Participantes que disseram não usá-las, as associaram basicamente a sites tradicionais, como Facebook, Twitter e Instagram, e, ao mesmo tempo, afirmaram utilizar YouTube e Discord. No entanto, a definição de uma rede social abrange qualquer plataforma digital que permita a interação e a conexão entre pessoas (DOYLE, 2007). O YouTube, por exemplo, embora seja amplamente conhecido como uma plataforma de compartilhamento de vídeos, também oferece recursos sociais, como comentários, compartilhamento de conteúdo, interação entre criadores e seguidores, e até mesmo comunidades e grupos de discussão. Igualmente, o Discord e a Reddit.

O aumento da conectividade à internet, que alcançou 90% dos lares no Brasil em 2021, segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (2022), juntamente com a evolução da tecnologia de jogos, têm contribuído para uma maior democratização e diversificação do público gamer, ampliando o acesso e possibilitando novas formas de comunicação. Através de jogos on-line e plataformas de *streaming*, os jovens encontram espaços de interação e compartilhamento de experiências, criando comunidades virtuais e estabelecendo conexões com pessoas de diferentes partes do mundo. E2 e E6 citam esses pontos quando comentam que jogar videogame é uma das atividades que as une a outras pessoas de sua geração.

> ...se tornou mais acessível. Antes, quando você ia comprar um jogo, era sempre coisa de cem unidades monetárias, agora jogos são muito mais baratos e acessíveis... Hoje não precisa de um computador, só você ter um celular você já consegue jogar alguma coisa. Antes você tinha que estar lá comprando console, cartucho, tinha que comprar o CD, tinha que comprar não sei o que, porque para poder jogar, ou você tinha que comprar um videogame... (E2, 27 anos)

> ...antigamente... eu tinha que jogar contra o que o pessoal chamava de computador... Hoje em dia é muito legal, porque, por exemplo, se eu quiser jogar esse mesmo joguinho de luta que existe até hoje mas não na mesma versão, eu pego e posso ligar o meu Playstation 5, por exemplo, e posso cair com qualquer pessoa do mundo que estiver on-line naquele momento e, tipo assim, jogar com ela. (E6, 24 anos)

Conforme Siibak e Murumaa-Mengel (2019), coortes mais jovens muitas vezes moldam sua identidade geracional com base nos dispositivos que empregam, reconhecendo que a distinção da autodefinição de sua geração está associada à utilização de tal tecnologia. Alguns de nossos entrevistados declaram se ver diferentes de sua geração com relação à forma como utilizam redes sociais, como podemos ver nas falas de E10 e E16.

> Eu sou bem ativa, eu uso mais do que eu posto, mas eu posto menos do que eu deveria, por essa questão do social. Talvez isso seja uma coisa que eu não me identifique com a minha geração. Esse *overposting* assim, sabe? Hoje a galera tira foto da comida que vai comer, tira foto de onde está e eu não sou uma pessoa assim. (E10, 23 anos)

> Eu não passei a minha adolescência com rede social, eu não tive essa experiência. Eu vejo que eu sou mais rápido, então eu quero conversar, já mando uma mensagem pra você, isso é da minha geração... Mas como se relacionar, eu não preciso postar alguma coisa pra alguém saber o que eu tô fazendo (E16, 27 anos)

No comentário inicial feito acima por E16, notamos novamente a questão de uma diferenciação sugerida dentro de sua própria geração. De fato, quando as redes sociais mais mencionadas ao longo das entrevistas (Instagram e TikTok) chegaram ao Brasil, (2015 e 2018, respectivamente), E16 tinha 19 anos ou mais. O modo de relacionamento com outras pessoas, com maior dificuldade da forma virtual em comparação às realizadas pessoalmente, foi outro apontamento de alguns entrevistados como algo que os diferencia de sua geração, quando questionados sobre esse assunto. Entretanto, estudos indicam que a Gen Z, apesar de sua afinidade com tecnologia, valoriza a comunicação presencial ou "cara a cara" (GAIDHANI; ARORA; SHARMA, 2019; LESLIE et al., 2021).

> Eu tenho essa dificuldade de manter as relações pela internet. Eu acho que é uma facilidade da geração, mas a mim, particularmente não é. (E10, 23 anos)

> ...eu acho que eu consigo ter mais facilidade de me relacionar com pessoas de forma presencial do que de forma virtual, diferente das pessoas que estão ao

> meu redor. Então eu acredito que elas consigam, com muito mais facilidade se relacionar virtualmente do que presencialmente. (E14, 20 anos)

Entre as ferramentas digitais mais citadas, além de redes sociais, mais da metade de nossos entrevistados declarou utilizar serviços de transmissão de conteúdo on-line, tendo sido Spotify, um *streaming* de música, o mais mencionado de todos, indicado por metade dos entrevistados. Discutiremos a música como um fator influenciador da identidade geracional de nossos entrevistados no próximo tópico.

4.2.2.2. MÚSICA

A evolução da tecnologia digital e a disseminação de dispositivos móveis permitiram um acesso fácil e constante à música por meio de plataformas de *streaming* e redes sociais. Essa acessibilidade tem desempenhado um papel significativo na formação da identidade geracional dos jovens, influenciando suas preferências e interações sociais e culturais, possibilitadas por ações de compartilhamento de conteúdo musical de inúmeras formas. A interseção entre tecnologia e música tem ainda proporcionado novas formas de expressão, conexão e participação da Gen Z na cultura musical contemporânea.

Em seu estudo de sociologia em que investigou o significado do conceito de identidade geracional entre indivíduos na faixa dos 50 anos de idade, Elliott (2013) constatou que o pertencimento geracional estava mais associado a um gosto por um determinado tipo de música do que a eventos históricos ocorridos durante a juventude ou no período subsequente de sua vida adulta.

Uma das conexões que os participantes desta pesquisa disseram ter com as pessoas com quem mais convivem é compartilhar do mesmo gosto musical. E11 menciona alguns exemplos de como isso tomou forma em sua idade formativa.

> E também tem o nicho de outros amigos que não eram do colégio, mas assim, conheci no mesmo momento, sabe, na adolescência, em que daí já se enquadra mais em nicho musical em comum. Bandas, cantoras, ir pra show, esse tipo de nicho (E11, 24 anos)

Quando perguntados sobre seu estilo de música favorito, nada menos do que 78% de nossos entrevistados afirmaram algo como “não tenho preferência”, “não tenho um gosto específico”, “eu escuto de tudo”. Nesse contexto, a palavra eclético(a) foi citada por 7 pessoas.

De acordo com o que foi informado previamente, ao menos metade dos participantes deste estudo fizeram referência direta ao uso do Spotify, plataforma disponível no Brasil desde 2014, que permite *streaming* de música, além de podcasts. E2 e E15 justificam o motivo de seu gosto musical variado, fazendo uma associação entre o acesso proporcionado pela tecnologia digital e a questão geracional, em uma linha do tempo:

> ...as novas gerações, como têm Spotify, como têm Youtube, a gente está sendo bombardeado o tempo todo com tanta música, a gente acaba tendo um gosto meio, ah, eu gosto de tudo, porque a gente ouve realmente de tudo. (E2, 27 anos)

> Porque a pessoa que ouvia um gênero no passado, que tinha que comprar um CD, ela vai gastar o dinheiro dela com o que ela sabe que ela gosta. Eu acho que a gente que já tem tudo ali, se torna mais suscetível a experimentar outros gênero de música. (E15, 22 anos)

Quando questionados sobre a qual gênero musical os participantes associam a sua geração, o funk aparece em primeiro lugar, sendo citado como um dos ritmos "que mais tocam em festas universitárias" (E14) ou na "balada", conforme mencionado por E1.

> O funk, com certeza. Ele deixou de ser uma música ouvida em periferia, em favela, e passou a ser ouvida, acho que por todas as classes, dependendo da idade, assim, de acordo com a idade. Hoje se você sai, vai numa balada, ah, é impossível não tocar funk porque todo mundo gosta, pelo ritmo, pelas danças. Não diria que é exclusivamente pessoas da minha idade, mas eu diria que é bem, bem direcionado à galera ali entre 15 a 20 tralalá, 28, né? Acho que uma galera de 30 anos já começa a ficar um pouquinho distante disso. Fala nossa, que música pesada! (E1, 23 anos)

Realmente, o funk, originado nas comunidades periféricas, parece ter se popularizado e se difundido em diferentes estratos sociais do país, conforme observado acima por E1. O alcance deste gênero musical pode ser atribuído a diversos fatores, como a disseminação digital e o uso massivo das redes sociais, que possibilitam o compartilhamento e a exposição da música a um público diversificado. E16 comenta abaixo a sua visão de que a influência da música atualmente vai além do som em si, passando a ser, por vezes, atrelada a um consumo de life style (estilo de vida) do artista. Segundo Vincent (2005), as gerações são frequentemente associadas aos estilos de vida dos jovens, principalmente no que diz respeito à música popular.

> O funk, não é a pessoa que canta bem, né? Não é porque ele alcança a nota. É porque ele tem ali o life style dele que a pessoa quer copiar. (E16, 27 anos)

E4 e E5 comentam outras formas de intervenção de redes sociais nas preferências musicais. E4 evidencia o papel das experiências compartilhadas virtualmente, enquanto E5 conecta música a coreografias, quando se refere, de forma geral, às pessoas de sua idade.

> O Instagram eu gosto de postar música, aí as pessoas postam música, veem lá que eu gosto daquilo também... aí o artista posta que gosta de outro artista, aí você vê também pela rede social, então você escuta também... (E4, 24 anos)

> Eles estão inclinados às musiquinhas do TikTok, basicamente... mais música para fazer as dancinhas né? (E5, 22 anos)

Por outro lado, alinhado com o discurso prévio de diversidade de estilos musicais apreciados, alguns de nossos participantes reafirmaram que sua geração não possui um padrão específico; outros repetiram os gêneros de sua preferência como representantes de sua geração, citando o trap, rap, pop e sertanejo.

Vimos que, alguns de nossos entrevistados relataram a influência de desconhecidos no estilo musical que mais apreciam, principalmente, por meio das redes sociais. No entanto, outros mencionaram familiares como os maiores influenciadores no que diz respeito ao artista ou gênero que preferem, recorrendo a memórias afetivas que os transportaram para gerações passadas, a exemplo de E13 quando explicou a quem atribui seus "gostos musicais fora do convencional".

> Do meu pai, com certeza. Desde muito nova, ele colocava. A gente viajava no carro e ele colocava muito essas referências, então na época eu não gostava, mas depois eu assumi que eu realmente gostava. (E13, 26 anos)

Embora os participantes de nosso estudo se mostrem bastante fluidos com relação a suas preferências musicais, entendemos que a música se mostrou uma dimensão cultural que desempenha um papel significativo na construção da identidade geracional da Gen Z, e suas preferências musicais podem refletir as experiências, influências e tendências sociais de sua geração, como o papel desempenhado por intermédio da tecnologia digital.

4.2.2.3. LINGUAGEM

No campo dos estudos literários, a linguagem tem sido abordada como uma das formas das quais as identificações geracionais são frequentemente articuladas (KINGSTONE, 2021). A Geração Z exibe algumas diferenças notáveis na linguagem e nos aspectos sociolinguísticos,

em comparação com as gerações anteriores, provavelmente devido, em grande parte, às plataformas de comunicação digital, como redes sociais e aplicativos de mensagens de texto e áudio. O estilo de comunicação da Gen Z tende a ser mais informal e conciso, por vezes repleto de abreviações e *emojis*, refletindo a natureza rápida e imediata das interações on-line.

Nossas perguntas sobre este tema buscaram verificar como os entrevistados veem e descrevem o uso da linguagem que adotam como forma de comunicação e como a comparam com outras gerações, para posteriormente analisar as possíveis influências na formação de sua identidade geracional.

Entendemos que a gíria sempre fez parte da linguagem juvenil ao longo das gerações e talvez a percepção de sua prevalência ser maior com a Geração Z se deva à internet, que proporciona uma maior propagação e aderência a termos "da moda" por parte de quem passa mais tempo "on-line". No entanto, entender as diferenças entre diferentes gerações e adaptar-se à audiência parece ser uma estratégia inteligente, algo recomendado por Urick et al. (2017), ao pesquisarem técnicas para gerenciar conflitos intergeracionais. E1, E8 e E9 demonstram ajustar suas formas de comunicação de acordo.

> Existe uma relação de respeito, existe um entendimento que, não vai entender muito da forma como a gente fala entre a gente. E assim, automaticamente, sem a gente prestar atenção nisso, e estou falando por mim mesmo, a forma como eu converso com um parente meu, ou com alguém que eu não conheça, mas que seja mais velho, ela automaticamente é diferente do que eu converso com alguém mais jovem, porque eu sei, eu acho que o subconsciente sabe que eu não posso agir nem falar da mesma forma. (E1, 23 anos)

> ...eu vejo que as pessoas, às vezes, da minha idade, elas não conseguem separar as coisas. Então, por exemplo, você não vai conversar com a sua mãe chegando "e aí mano, não sei o que". É uma coisa que pelo menos eu, eu separo muito bem. Quando eu tenho que conversar com uma pessoa que tem uma idade um pouco superior à minha, eu não vou usar tantas gírias que eu uso com as pessoas que são da minha idade. (E8, 20 anos)

> Eu sei que, por exemplo, falar com a minha avó eu tenho que usar um pouco menos de gíria atual do que, por exemplo, se eu falar com a minha mãe. A minha mãe, ela está mais ligada nas mídias de hoje. (E9, 24 anos)

Na fala de E15 percebemos que os ajustes não se restringem ao ambiente familiar.

> No ambiente de trabalho eu procuro adaptar, não porque talvez o jeito que eu fale não seja aceito, mas é porque justamente é um ambiente formal, então eu procuro falar sem nenhum expressão ou sem nenhuma gíria. (E15, 22 anos)

O uso de gírias é dinâmico e está em constante evolução, o que pode levar a uma dificuldade de compreensão entre os jovens de diferentes faixas etárias, como mostra o relato de E11.

> Agora estou percebendo que eu estou envelhecendo... eu percebi que tem umas gírias agora que a galera fala e eu fico, nossa, o que é isso? Já percebi que eu não estou mais conseguindo acompanhar a galera. (E11, 25 anos)

Com é sabido, gírias são termos informais e populares que são compartilhados por membros de um grupo ou subcultura específica. Ao adotar e usar gírias, uma pessoa demonstra familiaridade com as expressões características do grupo, o que pode fortalecer sua identificação e senso de pertencimento. O uso de gírias pode criar uma sensação de conexão e camaradagem com outras pessoas que compartilham da mesma linguagem informal, estabelecendo laços e reforçando a identidade coletiva do grupo (ASHFORTH; MAEL, 1996). No entanto, o uso excessivo ou inadequado de gírias em determinados contextos pode prejudicar a comunicação, além de potencialmente contribuir para aumentar a percepção de eventuais diferenças sociais e culturais entre as partes, quando associado à falta de educação ou de elegância, como podemos ver na fala de E16.

> Hoje eu vejo que quanto mais gíria você usa, a geração mais nova, mais integrado você fica na conversa e eu não concordo com isso. E você tem que falar errado para falar certo, digamos, com eles. Assim, eu vim de escola privada, então, tive todos os meus benefícios e convivi sempre com pessoas mais ricas. Eu via agora a pessoa falando como se fosse, ah, com uma gíria de assaltante. (E16, 27 anos)

Além de gírias, alguns participantes criticaram a sua própria geração por uso excessivo de palavrões, algo que E3 classificou como "desrespeitoso" e inapropriado. Notamos também que, os jovens pesquisados adotam termos e expressões de diferentes culturas e regiões, tais como "*depende do meu mood*" (E2) ou "a gente é bem *off* dessas coisas" (E17), uma fluidez linguística que reflete uma visão de mundo interconectada globalmente. Em relação a termos técnicos, Lyons et al. (2019) observaram que seu uso pode reforçar a distância entre duas gerações, novas expressões são adotadas apenas por funcionários mais novos no ambiente de trabalho. Apesar de duas participantes de nosso estudo (E9 e E17) terem afirmado falar "juridiquês", E17, inclusive, fora do ambiente de trabalho, não foi possível identificar nenhuma situação em que este fato tenha representado uma barreira de comunicação significativa nas relações dessas entrevistadas com outras pessoas.

A Geração Z é também conhecida por adotar a uma linguagem mais inclusiva e socialmente consciente, evitando expressões discriminatórias, como podemos observar na fala de E10.

> ...por exemplo, cabelo ruim, são coisas assim que hoje a gente tenta dar uma cortada, né, nas pessoas que falam assim... Um professor mesmo da faculdade esses dias estava falando sobre a guerra da Ucrânia e da Rússia e aí estava comentando da ação dos Estados Unidos e da participação dos Estados Unidos nisso e ele falou assim "mas a Rússia também não é uma moça". Na hora ele parou, "gente, esquece o que eu falei. Isso que eu falei é totalmente ultrapassado, antiquado, isso é super machista. A gente não tem que falar essas coisas". Mas você vê que é uma pessoa que se autorregula, entendeu? E tipo, cheio de mulher na sala, né? (E10, 23 anos)

Adicionalmente, E10 comentou sobre a forma de sua geração encarar o humor, a respeito do que "acha engraçado e o que não acha". Há indícios de que as gerações mais novas estão, de fato, demonstrando uma tendência crescente em rejeitar o humor que é considerado politicamente incorreto. Essa mudança pode ser atribuída a uma maior conscientização sobre questões sociais, como igualdade, diversidade e inclusão.

Já no que se refere à linguagem escrita, sabemos que as abreviações se tornaram uma forma comum de se comunicar de maneira rápida nos meios digitais, que, em alguns casos, possuem limitações de espaço e tempo. Desta forma, uma nova linguagem surge, na forma de códigos que são entendidos dentro do grupo social que compartilha a plataforma de comunicação.

Encontramos na mídia popular norte-americana algumas publicações recentes abordando o uso de abreviações por parte da Geração Z, não só por meio de contração de palavra, mas, principalmente, utilização massiva de acrônimos, por exemplo, IDK para "*I don´t know*" (em português, eu não sei). Não conseguimos localizar nenhum material parecido em publicações comerciais ou na literatura acadêmica do Brasil. Em nosso estudo, os participantes citaram as abreviações somente como forma de encurtar a palavra. Ao menos um terço afirmou utilizar pouco esse recurso, preferindo "escrever certinho" ou "completo", para evitar mal-entendidos, principalmente no trabalho. O interessante é que, de acordo com o que podemos inferir, essas abreviações não são estáticas e imutáveis. Com o tempo, os significados podem mudar, a depender do contexto em que são usadas ou da influência de tendências populares. E6 relata abaixo sua dificuldade em acompanhar a dinâmica das abreviações:

> Às vezes, até eu fico um pouquinho confusa com algumas abreviações que as pessoas usam. Eu fico, tipo, meu Deus, será que eu estou muito velha e não estou mais entendendo as pessoas jovens? (E6, 24 anos)

Em diferentes períodos da história, há um padrão recorrente de gerações de jovens expressando preocupações sobre como a geração ainda mais nova está degradando a linguagem (NATIONAL ACADEMIES OF SCIENCES, 2020). E16 e E18 manifestam suas críticas ao uso impróprio da gramática por parte de outras pessoas de sua própria geração, e também às constantes mudanças de significados de abreviações, o que pode tornar a comunicação incompreensível.

> Hoje o português está horrível, está sendo assassinado a cada dia que passa... Pela minha geração. (E16, 27 anos)

> A gente tem que parar de comer vírgula, porque eu vejo umas coisas na internet que eu falo, gente! Você não entende nada do que tá escrito porque as pessoas criaram abreviações assim, absurdas. Eu descobri uma que eu jurava que era PowerPoint, que é PPT, mas eu não sei o que que significa isso, mas não é PowerPoint... Eu acho que essa linguagem já é de uma geração mais jovem que a minha, diria que da minha irmã, mais ou menos. Minha irmã tem 23. Então essa geração dela já escreve um pouquinho pior. (E18, 26 anos)

Entendemos que a postura crítica por parte de indivíduos à linguagem utilizada por pessoas mais novas, pode estar relacionada às normas linguísticas às quais estes indivíduos foram expostos durante seus anos de formação. Aqueles que cresceram valorizando a gramática adequada e a precisão linguística talvez vejam as abreviações e a linguagem informal usadas por pessoas mais novas como um afastamento de seus ideais linguísticos. Além disso, apontar lacunas geracionais relacionadas à linguagem, pode ser uma forma de afirmação da própria identidade geracional, ao enfatizar as características associadas ao seu grupo geracional como "melhores", reforçando um sentimento de superioridade e pertencimento.

Em nossa pesquisa também notamos algumas situações em que entrevistados atribuíram novos significados a algumas palavras, o que, em alguns casos, deduzimos se tratar de uma neologia. E10, por exemplo, quando mencionou a palavra "latente" na fala "acho que essa veia mais social, acho que é uma coisa bem latente na geração", e em duas outras ocasiões, nosso entendimento, de acordo com o contexto, foi que ela se referia não a algo oculto, mas sim o contrário, a algo forte, evidente. Tivemos então o cuidado de nos certificar que nossa interpretação estava correta, para não restar dúvidas.

Posteriormente, foi possível constatarmos que esta palavra vem realmente sendo utilizada nos canais digitais por figuras públicas influentes, de gerações mais velhas, inclusive, com exatamente a mesma conotação que nossa entrevistada buscou transmitir. Essas mudanças linguísticas parecem refletir as transformações culturais e tecnológicas pelas quais a sociedade passa.

Por fim, outras formas de linguagem foram associadas por E10 à sua geração, como os memes e a linguagem corporal. Entendemos que a linguagem corporal pode ser considerada uma forma de comunicação não verbal que tem o poder de transmitir informações e significados. E10 trouxe exemplos de mulheres que não depilam suas axilas, ou vestem roupas curtas independentemente de seu peso, ou saem às ruas usando tops parecidos com biquínis e acrescenta que todas essas formas de expressão causam estranheza à geração de sua mãe. Supomos que estas manifestações pessoais podem ser uma forma de desafio a normas culturais e padrões de beleza estabelecidos, ou um meio de rejeitar pressões sociais e expectativas de conformidade, que tendem a ser produtos de uma determinada época, estando, portanto, sujeitas a alterações ao longo do tempo.

4.2.3. FASES DE VIDA

O terceiro aspecto vinculado a experiências comuns entre indivíduos de uma mesma geração verificado em nosso estudo, se refere ao reconhecimento de pertencer a um grupo de pessoas que estão navegando juntas pelas etapas da vida. O curso da vida moderno demarca três segmentos: a juventude e a vida escolar, o mundo adulto e o trabalho, e a velhice e a aposentadoria (DEBERT, 2010).

Em nosso estudo, percebemos a escola como sendo o fator de maior compatibilidade entre os entrevistados e as pessoas com quem eles mais convivem. Como esperado, considerando a faixa etária analisada, a maioria fez referência às amizades construídas nos anos de faculdade, a exemplo de E6, E11 e E17. No entanto, alguns também citaram ensino fundamental e médio, como E11.

> ...a grande maioria dos meus amigos eu fiz na universidade... uma coisa que a gente tem em comum, a gente meio que estava no mesmo barco porque a gente pegou e fez o mesmo curso, e a gente acabou fazendo essa transição entre vida acadêmica pra vida pessoal. (E6, 24 anos)

> Tem meu grupo da faculdade, que temos em comum a nossa graduação, nossas metas, muito do nosso agora, de quem a gente é agora e quem a gente quer ser

> no futuro, onde a gente quer estar no futuro. Assim, essa galera da faculdade é muito relacionado a estudo, cursos. Esse é um nicho. E daí tem o nicho dos amigos que são desde o ensino fundamental, que a gente ainda mantém o contato porque fizemos o fundamental e médio. E daí com eles, seria a parte de curtir a independência, as viagens, sair para barzinho, esse tipo de coisa. (E11, 25 anos)

> Eu tenho amigas da faculdade também, mas que a gente sai porque estudou anos juntas, viveu a faculdade inteira na minha casa, conhecem meu pai. (E17, 27 anos)

Entendemos que os amigos da faculdade desempenham um papel significativo na vida dos jovens, principalmente durante a transição da vida acadêmica para a profissional. Utilizando a metáfora do barco, notamos que, assim como a tripulação de um navio, os amigos da faculdade geralmente fornecem companheirismo e solidariedade enquanto navegam juntos pelas incertezas e desafios que surgem no decorrer dessa fase, fortalecendo o sentimento de unidade e pertencimento. Além disso, durante a faculdade, os jovens vivenciam um processo de aprendizagem coletiva, compartilhando experiências e aspirações semelhantes em relação ao futuro. Os amigos da faculdade muitas vezes tornam-se uma fonte de inspiração e motivação, pois compreendem os desafios e as pressões enfrentadas durante esse período de transição. Adicionalmente, como evidenciamos por meio de falas de alguns participantes, as amizades da faculdade também podem se estender além do ambiente acadêmico, tornando-se conexões ao longo da vida que continuam a fornecer apoio, mesmo quando os indivíduos seguem caminhos profissionais distintos.

A simples localização geográfica em comum, em uma fase importante da vida, como ter crescido na mesma rua, também foi apontada por alguns participantes como um fator que os une a pessoas de seu círculo social próximo. Além disso, E12 comentou sobre estar longe de casa por causa da faculdade.

> São os meus companheiros de vida aqui em São Paulo. Todos ali têm meio uma coisa em comum, tem muita gente de todo o tipo de lugar aqui do Brasil, dos meus amigos, então rola essa conexão de pessoas que são de fora e que estão aqui em São Paulo. (E12, 19 anos)

Postulamos que a experiência compartilhada de ser um forasteiro, especialmente em uma cidade grande como São Paulo, pode gerar um sentimento de identificação entre indivíduos que vieram de cidades menores, de diferentes regiões geográficas, fortalecendo relações e criando vínculos entre eles.

Gardiner, Grace e King (2013) sugeriram que um estágio de vida comum entre indivíduos de uma mesma geração, os leva a uma visão compartilhada da vida e, consequentemente, a uma maior harmonia entre os membros dessa geração, resultando em uma identificação mais forte com sua própria geração.

> Ninguém, no momento, nesse meu grupo de amigos que eu mais convivo, está em um relacionamento, então, casamento é uma coisa que não é algo tão próximo pra gente. A gente gosta de se reunir de sábado, tomar uma cerveja e ficar jogando conversa fiada, sabe? Essa é a nossa forma de desestressar durante a semana. (E18, 26 anos)

O que as pessoas fazem em seu tempo livre também foi uma questão que percebemos em nosso estudo como um fator de identificação do entrevistado com a sua geração. No grupo de participantes analisado, conseguimos detectar ao menos dois grupos distintos dentro da mesma coorte, os que estão na fase de "balada", como, por exemplo, E1 e E14, e os que já se sentem "jovens senhores", como se descreve E17 quando fala sobre si e seus amigos.

> Ah, com certeza o que eu gosto, as coisas que eu gosto de fazer, principalmente, desde jogar futebol, jogar videogame, balada, sair. (E1, 23 anos)

> Acho que os mesmos gostos em relação à forma de entretenimento. Por exemplo, a gente vai muito em festas, as pessoas com quem eu convivo. (E14, 20 anos)

> ...essa fase de balada, de sair muito, a gente já superou... Graças a Deus estamos alinhados com as nossas amizades, que são todos jovens senhores também, como nós. Vamos viajar, um dos nossos amigos tem casa em Peruíbe, a gente passa o final de semana lá, tomando sol na piscina, churrasco, bebida, mas nada de agitação, balada, bloquinhos de Carnaval. A gente já está velho para isso. (E17, 27 anos)

Em sua pesquisa sobre identidade geracional no local de trabalho, Lyons e Schweitzer (2017) identificaram eventos significativos ocorridos na vida dos entrevistados como um dos padrões relacionados à idade na identificação geracional. Entrar no mercado de trabalho, enfrentar os desafios da parentalidade ou se aproximar da aposentadoria foram citados pelos participantes como momentos que criam uma sensação de conexão com outras pessoas da mesma idade. Conforme informado anteriormente, em nosso grupo de entrevistados, nenhum está casado, ninguém tem filhos. Por outro lado, quase metade ainda está fazendo estágio ou em seu primeiro emprego. Notamos que a fase profissional em que o individuo se encontra, se

já está formado em curso superior ou não, juntamente com questões relativas a com quem ele mora, pode influenciar a forma como, por exemplo, este indivíduo gasta seu tempo livre. E1 e E4 ainda estão na faculdade, são estagiários e moram com sua família. E17 vive em união estável com seu companheiro, possui pós-graduação e se encontra em um momento mais avançado de sua carreira, como relata abaixo.

> ...eu já estou na fase dos estagiários, de você pegar os estagiários dos advogados júnior para lidar, ajudar a desenvolver etc. (E17, 27 anos)

Outras experiências listadas pelos participantes dizem respeito a afinidades com determinados grupos, tais como, praticar esportes, viajar, frequentar restaurantes, etc. Entendemos que, embora estas também sejam experiências compartilhadas que podem criar um sentimento de pertencimento a um grupo, não conseguimos interpretar nestas situações específicas algum tipo de relação dos entrevistados com sua identidade geracional.

Por fim, assim como na pesquisa de Lyons e Schweitzer (2017), alguns indivíduos de nosso estudo compararam seu estágio de vida atual com o de gerações anteriores.

> Minha mãe foi mãe jovem, acho que ela teve meu irmão com 25 anos, minha idade. Isso acho muito novo, eu me acho completamente imatura. Eu não consigo me imaginar sendo capaz de ter um filho agora, uma criança, uma responsabilidade pra toda a vida (E11, 25 anos)

De acordo com nosso estudo, acreditamos que experiências compartilhadas durante uma mesma fase da vida influenciam a formação da identidade geracional de um indivíduo. Consideramos que os momentos de transição e os desafios comuns contribuem para criar um senso de pertencimento, além de unidade e visão compartilhada entre os membros de uma mesma geração.

4.3. CONTEXTO ORGANIZACIONAL

Um dos objetivos deste trabalho foi investigar a estrutura organizacional e tipos de interações que ocorrem nas organizações na visão dos respondentes para entender como estes fatores influenciam a formação da identidade geracional de membros da Gen Z. Para atender este propósito, usamos como base as múltiplas facetas identificadas na teoria da identidade geracional de Joshi et al. (2010), a saber, identidade geracional baseada em coortes, identidade geracional baseada em idade e identidade geracional baseada em incumbência, bem como a

abordagem utilizada pelos autores para avaliar aspectos estruturais e interações intergeracionais dentro do contexto organizacional.

Nossa análise está, portanto, restrita à percepção dos entrevistados a respeito das organizações em que trabalham, em que pesem as limitações dos próprios participantes, como a posição ocupada e tempo de empresa. Um outro aspecto que consideramos que também pode impactar na leitura que os profissionais fizeram de seu ambiente de trabalho está no fato de que metade dos participantes está trabalhando em um esquema 100% remoto, alguns desde que iniciaram na empresa.

Conforme Joshi et al. (2010), uma identidade geracional baseada em coortes pode ser definida em termos de pertencimento a um grupo que entrou na organização simultaneamente, resultando em experiências e resultados comuns para os indivíduos envolvidos. Esta foi a faceta que identificamos saliente em falas do maior número de participantes, um total de seis. A média de tempo de empresa deste grupo é de 2 anos e 8 meses. E11, E15 e E16 relatam suas histórias.

> Eu costumo dizer, até pro meu gestor que eu me sinto mais confortável quando estão todos os estagiários reunidos, porque estamos passando pelo mesmo processo. (E11, 25 anos)

> Entrou eu, e mais quatro pessoas... e foram pessoas que eu me dei muito bem, acho que justamente por a gente estar entrando nesse mesmo momento, na mesma função, então como a gente estava entrando nesse mundo da empresa, era uma coisa nova pra todo mundo, então meio que ali a gente criou esse vínculo justamente por isso também. (E1, 22 anos)

> A gente entrou em um grande grupo junto, sou amigo deles até hoje. A gente tinha as mesmas dores... Então “ah, eu fiz desse jeito, pode fazer que vai dar certo” ou “eu fiz desse jeito e deu errado fulano, não faça”. Então, como a gente tinha as mesmas funções, compartilhava boas práticas e más práticas. (E16, 27 anos)

Talvez esta seja a forma de identidade geracional que se revelou mais saliente porque os jovens que estão iniciando no mercado de trabalho se sentem naturalmente inseguros, e, como tal, a necessidade de orientação e suporte se faz ainda mais necessária e apreciada, em comparação aos profissionais que já possuem experiência prévia no mundo corporativo. Schroth (2019) sugere que seja realizado um processo robusto de *onboarding* (integração) para membros da Gen Z, a fim de facilitar a socialização e adaptação do recém-chegado à empresa.

A identidade geracional baseada em idade pode ser definida como filiação em um grupo etário que compartilha memórias coletivas desenvolvidas durante seus anos formativos (JOSHI et al., 2010). Consideramos a manifestação de identidade geracional baseada na idade nos

relatos onde o fator idade no ambiente organizacional foi percebido como um aspecto que pudesse significar algum benefício para os mais velhos, como segurança ou oportunidades de promoção. O grupo de participantes que abordou o assunto (E10, E13, E15 e E16), forma a média de tempo de empresa mais alta das três facetas de identidade geracional analisadas, 3 anos e 10 meses. Nas falas de E10 e E13 vemos exemplos que sugerem uma relação entre idade e estabilidade no emprego.

> Eu entrei com 19 anos. Então, eu entrei bem novinha, foi praticamente o meu primeiro emprego e as pessoas tinham mais do que a minha idade só de empresa... é uma empresa que as pessoas fazem carreira, as pessoas ficam anos e anos e anos lá... Não é comum ver pessoas mais jovens. Assim, no máximo, jovem aprendiz, sabe? (E10, 23 anos)

> O tempo de casa influencia muito, muito, muito na empresa onde estou, tem pessoas lá com 30, 35 anos de empresa, é muito mais do que a minha idade... eu não acho que seja tão fácil assim o crescimento, ainda mais para jovens numa empresa que predominam pessoas mais velhas. E não necessariamente de dentro da empresa, às vezes pegam pessoas de fora também, mas uma pessoa mais velha, entendeu?... Hoje, no cenário que eu tô, os jovens não têm muita voz ativa na empresa, não têm. Hoje, quem sempre é ouvido são as pessoas mais velhas, que é quem está na liderança. Então, hoje não tem um gerente que eu olhe e que tem 30 anos. O meu irmão tem 31 e ele já é gerente em outra empresa, por exemplo. (E13, 26 anos)

Segundo Lyons et al. (2019), conflitos intergeracionais podem ocorrer na organização quando há competição por recursos, que podem ser não somente financeiros, mas também, por exemplo, oportunidades de promoção, e esses recursos estão alinhados com tempo de empresa ou idade.

Uma identidade geracional baseada em incumbência pode ser definida como um conjunto de experiências, conhecimentos e habilidades, que podem ser desenvolvidas ao ocupar um cargo específico e transferidas para futuras substituições nessa mesma posição (JOSHI et al., 2010). Não conseguimos verificar a saliência desta faceta de forma clara em nenhuma das falas de nossos entrevistados, possivelmente porque esta faceta presume relações interpessoais com predecessores e sucessores associados à posição ocupada e os sujeitos possuírem relativamente pouca experiência profissional.

Em metade dos entrevistados (E1, E2, E3, E7, E8, E9, E12, E14, E18), não foi possível fazer nenhum tipo de análise com relação às facetas de identidade geracional propostas por Joshi et al. (2010), provavelmente em razão das funções ocupadas e/ou tempo de empresa, que, neste grupo, o tempo médio não passa de um ano.

Da mesma forma, em decorrência do perfil dos entrevistados no que se refere a idade, cargo ocupado e senioridade profissional, consideramos não ter obtido dados suficientes para fazer uma avaliação que nos permita, por meio do relato de nossos respondentes, determinar, com rigor, a estrutura organizacional das entidades para as quais a maior parte dos entrevistados trabalha. Entre as características do sistema orgânico estão os padrões de carreira menos limitados por regras e procedimentos, e tarefas inter-relacionadas e vistas coletivamente (SILVA et al., 2017), enquanto no sistema mecanicista se nota, por exemplo, valorização do acúmulo de competências ao longo do tempo, estrutura de cargos em forma de pirâmide e promoções geralmente baseadas na antiguidade no cargo (JOSHI; DENCKER; FRANZ, 2011). Diante disso, o nosso intuito era coletar tais informações mediante a descrição das percepções dos sujeitos acerca de, por exemplo, cadeias de comando (se horizontais ou hierarquizadas), desenho de responsabilidades (se individuais ou sobrepostas), critérios preponderantes para promoções (se idade, tempo de casa ou desempenho). Em alguns casos pudemos realizar algumas assunções tendo em vista alguns elementos fornecidos, como os que citamos acima, cientes de que isso poderia representar um quadro apenas parcial e impreciso. Notamos, por exemplo, que interdependências de funções e tarefas são mais evidentes nas falas de quem trabalha em empresas do setor de tecnologia, o que já era esperado. Tais relatos sugerem uma estrutura organizacional orgânica, caracterizada por equipes multifuncionais e ênfase na colaboração e agilidade. Em outras, depreendemos que as habilidades e experiências acumuladas ao longo do tempo na empresa são determinantes para ascensão profissional, o que seria típico em uma organização mecanicista.

Em relação aos tipos de interações entre gerações, as informações providas por praticamente todos dos participantes sugerem apenas um tipo, o transmissivo, que pressupõe cooperação, altruísmo e reciprocidade na troca de habilidades e conhecimento exclusivos de cada geração (JOSHI et al., 2010). E1, E5 e E7 reconhecem e descrevem a colaboração entre as partes.

> Acho que acontece mais do pessoal mais velho ajudar o mais novo por uma razão de mais bagagem, mais experiência, mas hoje com a questão da tecnologia, digamos assim, a gente mais jovem acaba que aprende umas coisas por fora, de um jeito que talvez o pessoal mais velho, dependendo da idade, não tenha nenhum contato, não saiba. Então acaba que a gente também, sem querer, ensina algumas coisas. Às vezes coisa boba, mas ensina. (E1, 23 anos)

> O pessoal que era mais velho me ajudou bastante, me ajuda bastante ainda, na verdade. (E5, 25 anos)

> Os mais velhos entendem que a gente está numa fase de crescimento e desenvolvimento, então eles ajudam bastante. (E7, 23 anos)

Nenhum participante reportou uma situação que indicasse algum tipo de resistência à troca de conhecimento e informações entre diferentes gerações, característica das interações resistivas. E18 comenta que a relutância que percebe não está relacionada a idade e/ou geração.

> Há bastante cooperação. Eu sinto mais resistência em pessoas que exercem a mesma função do que com as pessoas mais velhas ou que têm mais tempo de casa. (E18, 26 anos)

Apesar de novos e com relativamente pouca experiência profissional, boa parte dos participantes de nosso estudo demonstra uma compreensão aguçada da importância de se adaptar às necessidades organizacionais. Alguns se mostram dispostos a adaptar seus comportamentos para se alinhar às expectativas e normas estabelecidas pela organização em que trabalham, como vemos na fala abaixo de E10. É importante notar que, se por um lado, se adaptar garante a conformidade com políticas e procedimentos estabelecidos, por outro lado, talvez limite a diversidade de perspectivas e a inovação.

> Mudanças de direcionamento dentro da empresa, é preciso fazer uma coisa, depois precisa fazer outra, foca em uma coisa e depois foca em outra. A gente sabe que essa dinamicidade costuma acontecer, principalmente em empresas grandes, então falou para fazer eu tô fazendo, beleza. Contanto que o direcionamento seja claro, independente se muda ou não, eu sou uma pessoa disposta a essa adaptação. (E10, 23 anos)

Em sua fala, E10 também sinaliza a importância de uma comunicação aberta e transparente por parte da liderança, além de coerência na tomada de decisões de negócios, aspectos valorizados pela Gen Z, de acordo com Schwieger e Ladwig (2018). Estes autores também afirmam que os membros da Gen Z estão conscientes de que terão que trabalhar duro para alcançar o sucesso e querem ser recompensados por isso, como vemos na fala de E18.

> As pessoas estão ali não para ter um senso de dono, mas só para exercer o trabalho delas, porque tem muitas empresas que exigem que o funcionário vista a camisa da empresa e se doe 100% para aquilo, só que nem sempre o funcionário é reconhecido dessa forma. (E18, 26 anos)

Entretanto, observamos que, em alguns casos, admitir ter ou não uma determinada característica comumente atribuída à sua geração, pode representar apenas uma forma de se

posicionar de modo desejável no ambiente organizacional. As falas de E7, E8, E9 e E17 ilustram a nossa percepção sobre o que talvez não seja realidade, e sim apenas uma tentativa de atender a uma expectativa social.

> Em relação a ser uma pessoa ágil, eu acredito que eu sou, mas porque nessa área comercial que eu estou, você tem que se ágil... muitas vezes a gente acaba mudando quem a gente é, né? Para tentar se enquadrar ali, naquele ambiente. (E7, 23 anos)

> Eu costumo sim, ser um pouco individualista às vezes, de querer... focar na atividade, de querer fazer rápido e fazer eu por eu mesmo, mas eu acredito que isso até na minha área não é muito positivo, sabe? Então eu não me identificaria, porque eu acredito que a área de comunicação, se você não tem um grupo que você consegue trabalhar junto, você realmente não consegue atingir os objetivos. É uma coisa muito mais em grupo do que individual. (E8, 20 anos)

> Eu não sou individualista, então como eu sou supervisora de uma área, eu tenho que colocar essa parte de lado. (E9, 24 anos)

> Eu sou conservadora na minha vida, acho que pessoal, com medo um pouco, às vezes, de avançar os sinais. Mas acho que o mundo corporativo te pede que você assuma, não tem muito pra onde correr, né? Se você não assume risco, você não cresce. (E17, 27 anos)

Adicionalmente, como vemos nas falas de E7 e E16, estes jovens parecem atentos a algumas normas implícitas do mundo corporativo, como importância do relacionamento interpessoal. Ao aprender rapidamente as regras do jogo no mundo corporativo, eles não apenas demonstram sua agilidade intelectual e adaptabilidade, mas também podem aumentar suas chances de alcançar crescimento e sucesso em suas carreiras.

> Eu li um negócio no LinkedIn, que eu acredito muito também, que é, você pode ser efetivado não só pela competência, mas também pelo network que você cria. (E7, 23 anos)

> Eu acho que todo o negócio é feito com base em números... Os números falam mais alto. Mas o fator pessoa também influencia, essa sempre foi a minha visão. Óbvio que se eu for amigo do meu chefe, ele vai lembrar de mim antes do que outra pessoa... pessoas mais bem relacionadas com a empresa tiram vantagens melhores do que pessoas não bem relacionadas, eu acho que não é um ou outro. Mas pra mim, o maior fator decisório é realmente números, pelo menos no que eu vejo... (E16, 27 anos)

Embora existam outros aspectos analisados relativos ao contexto organizacional, eles serão abordados à parte, sob o tópico relações intergeracionais. Ao dedicar uma seção separada, pretendemos apresentar junto com estes fatores adicionais, uma análise de possíveis consequências dentro do escopo do estudo.

4.4. RELAÇÕES INTERGERACIONAIS

Em alguns momentos das entrevistas, os participantes deste estudo recorreram a comparações com gerações mais velhas para reforçar a sua própria identidade geracional, fosse quando estavam falando sobre a sua relação com o trabalho, quando descreviam suas interações no ambiente organizacional, ou até mesmo quando estavam comentando sobre seu relacionamento com a tecnologia. Pesquisas apontam que existem diferenças geracionais no ambiente organizacional, abrangendo atitudes, valores de trabalho, expectativas de carreira, trabalho em equipe e liderança (LYONS; KURON, 2014), e eventuais diferenças podem ocasionar conflitos entre as gerações (URICK et al., 2017). Em uma matéria sobre Gen Z, Dra. Roberta Katz, antropóloga em Stanford que estuda a Geração Z, declarou ao jornal *The New York Times* (KRUEGER, 2022) que a perspectiva substancialmente diferente sobre o local de trabalho entre os mais jovens e as gerações anteriores se deve ao acesso à internet que a Geração Z norte-americana vivencia desde que nasceu, e também à existência de plataformas colaborativas como *Wikipedia*, que fez os mais jovens verem o trabalho como algo que não se restringe à sala de aula física ou a um local de trabalho aonde se fica das 9 às 17 horas. Abaixo E6 comenta sobre as diferentes visões sobre jornada de trabalho, enquanto E13 e E16 contam que preferem utilizar ferramentas de tecnologia para execução de suas tarefas, ao contrário de seus colegas mais velhos.

> ...as pessoas mais velhas que eu conheço dão muita importância pra essa parte do trabalho. Então, são pessoas que trabalham, fazem muita hora extra e coisa desse tipo comparando comigo e também com os meus amigos e pessoas que eu conheço, mais ou menos dessa idade mesmo, a gente tem, vou chamar assim de, disciplina. (E6, 24 anos)

> A minha gerente mesmo tem idade da minha avó... É um desafio. No começo foi bem complicado, porque é um pensamento arcaico, mas agora eu consegui me adaptar, eu acho que a experiência é algo que dinheiro nenhum compra, a gente tem que realmente levar em consideração. Então ela tem uma experiência que eu jamais vou ter com 26 anos, mas nada como o jovem para dar uma oxigenada né? Então às vezes você tem que falar, não, espera, uma *web meeting* sim funciona, não é um *face to face* que vai resolver, eu vou

> marcar uma *web meeting*, a gente tenta e conversa e vai dar certo. Então, tem esses problemas de comunicação por questão, pela geração né? (E13, 26 anos)

> Enquanto os meus sócios trabalham muito via reunião, eu trabalho muito via WhatsApp... Isso se eu falo para o meu sócio ele fala, "não, isso é impossível, é impossível o que você faz. Você não consegue atender, precisa ter olho no olho, precisa levar o papel". Eu vou numa reunião sem nenhum papel, não levo papel, enquanto os meus sócios levam muito papel, imprimem. Eu não faço nada disso, eu sou 100% tecnológico. (E16, 27 anos)

Pesquisas mostram que os jovens da Geração Z desejam flexibilidade no trabalho (GAIDHANI; ARORA; SHARMA, 2019; LESLIE et al., 2021). Nosso estudo mostra que além de onde trabalham e quando trabalham, eles querem flexibilidade em como trabalham, como o código de vestuário que E16 cita.

> ... falaram tem que vir presencialmente todos os dias e tem que vir com roupa social todos os dias. Eu falei assim, pra mim, isso é ser retrógrado. Mas eu sempre falo, a minha opinião pessoal nunca vai ser maior do que a empresa. É o que todos querem? É o que eu vou executar. Mas a minha opinião não é isso, mas tudo bem. Isso é um choque geracional, pra mim, clara. (E16, 27 anos)

E16 relata ainda uma situação em que seu gestor não cedeu a um pedido seu pessoal para trabalhar remoto, o que foi entendido como uma questão de diferença geracional.

> "Posso trabalhar hoje de casa? Porque hoje é meu rodízio, eu não queria pegar transporte público". E aí ele falou assim, "não, tem que vir presencial. Eu vou te passar o mapa do metrô e do ônibus pra você vir". E mandou o mapa. Isso pra mim foi um choque geracional clássico. Ele poderia assumir tipo, tá, tudo bem, fica aí. Se eu fosse como eu era lá, algum subordinado vir falar isso pra mim, eu falo, não, fica em casa, eu aguento a bronca aqui. Porque é a minha geração falando. A dele não, é certinho. Pediram pra fazer isso, tem que fazer isso. (E16, 27 anos)

Entendemos que é legítima a demanda de E16, por outro lado, será que um gestor que insiste em seguir as normas pode ser visto como inflexível, ou é alguém responsável, que busca garantir a aderência às políticas organizacionais e garantir que todos sejam tratados com igualdade? Embora alguns indivíduos valorizem um ambiente de trabalho flexível que atenda às suas necessidades e preferências, por outro prisma, possivelmente existem regras e regulamentos por vários motivos, como manter padrões e assegurar um ambiente justo. Talvez estabelecer uma comunicação aberta seja uma forma de encontrar um equilíbrio entre

flexibilidade e adesão às regras, para encontrar soluções que alinhem as necessidades individuais aos requisitos da organização.

A suposta inflexibilidade de um gestor mais velho pode fazer esse profissional ser visto também como alguém resistente à mudança, um estereótipo comum quando se fala de trabalhadores mais velhos (POSTHUMA; CAMPION, 2009). Indivíduos mais jovens geralmente se consideram mais criativos e inovadores, enquanto enxergam nas gerações mais velhas o desejo de manter as coisas como estão (URICK et al., 2017). A fala de E13 demonstra a sua impaciência diante de uma situação em que a mudança não ocorre da forma como ela gostaria. E16 destaca o seu lado questionador, relacionando esta característica à sua geração.

> Às vezes a gente chega num processo de melhoria, "ah, mas isso vai demorar muito"... Ai, mas você já tentou? Você já viu se vai demorar?... enquanto eu tô no gás, eu quero resolver, as pessoas lá... mas aí vem a contrapartida, a experiência da pessoa, às vezes eu tenho que parar, às vezes a pessoa tem uma experiência que eu não tive. Mas frustra. (E13, 26 anos)

> Tem um fator que eu vejo, que a minha cabeça é diferente da deles, que a minha geração, eu gosto de perguntar, "por que está sendo assim?". Eu quero entender por que está sendo assim, não é porque você me deu que eu vou fazer. E eu vejo que do outro lado não tem tanto. Então isso tem um choque geracional. (E16, 27 anos)

Estereótipos são percepções sobre as características e comportamentos de indivíduos pertencentes a certos grupos, e, embora possam ser positivos, na maioria das vezes, são negativos (NELSON, 2009). Um outro estereótipo comum relacionado à idade associa trabalhadores mais velhos a desafios tecnológicos. Como resultado, quando estão envolvidos em tarefas novas ou baseadas em tecnologia, suas avaliações de desempenho podem ser mais influenciadas por esses estereótipos (POSTHUMA; CAMPION, 2009), como podemos ver na fala de E12.

> ... essa questão da idade ela é respeitada, as pessoas têm ritmos diferentes. Por exemplo, o sócio que tem mais idade no escritório, o sócio majoritário por exemplo, eu acho que ele tem 50 e poucos, uma coisa assim, então ele é um pouco mais lento com essa coisa de computador. Ele é muito mais analógico, vamos falar assim. Mas a gente acaba respeitando né, porque eles trazem também junto uma bagagem de anos e anos na área... a gente trabalha muito com o Excel, então o pessoal que tem mais idade sofre muito pra mexer no Excel, pra conseguir entrar nas reuniões, pra conseguir arrumar esses problemas de computador e tal. De resto eles dão de dez a zero, mas nessa área é mais perceptível, com certeza (E12, 19 anos)

Entendemos que percepção de alguém ser lento pode ser subjetiva, pois talvez seja resultado da própria impaciência de cada indivíduo, ou mesmo de circunstâncias específicas do que está sendo observado. Além de "analógico", mencionado por E12, outra nomenclatura estereotipada e comum para se referir a alguém mais velho foi "cabeça branca".

Estereótipos negativos podem levar à formação de preconceitos e contribuir para a discriminação contra determinados grupos ou pessoas (NELSON, 2009). Segundo Bytheway (2005), quando a discriminação ocorre contra pessoas mais velhas, chamamos de etarismo. Conforme Levy (2001), o etarismo envolve atitudes, emoções e ações direcionadas a indivíduos com base em sua idade cronológica percebida, e, historicamente, tem sido caracterizado em termos de comportamentos dirigidos a indivíduos mais velhos por indivíduos mais jovens, com base em estereótipos sobre o envelhecimento. Entretanto, de acordo com o que apuramos em nossa pesquisa, estereótipos e etarismo não atingem somente pessoas mais velhas. Alguns de nossos entrevistados relataram situações que viveram que, em nossa interpretação, são exemplos de etarismo, tanto por parte de pessoas mais velhas como de pessoas de idade próxima à sua. As causas parecem incluir a pouca experiência profissional e até a aparência dos participantes.

> Essa coisa da idade só vem à tona quando a pessoa vem brincar com alguma coisa, tipo que eles acham que eu não vou conhecer e aí ficam zoando "ah, você não deve lembrar disso porque você não devia nem ser nascida". (E6, 24 anos)

> ... existem outras pessoas que também não são tão legais, não são tão abertas a ouvir, sabe, assim, quando a pessoa acha que, porque ela é mais velha, você não tem nada a agregar. Sei lá, "eu tenho mais experiência do que você, então não tem nada que você passe que eu não tenha passado", sendo que, na verdade isso é uma falácia, porque são outros tempos. Então eu já passei sim por situações que eu vi assim, de uma forma incisiva, ou numa tentativa mesmo de fazer com que eu me sentisse inferior, que a pessoa tinha a minha idade de carreira, e que por isso eu tinha que respeitar mais, que a pessoa tinha idade pra ser minha mãe, sabe? Então, essas alfinetadas assim, que você acaba se sentindo meio desrespeitado mesmo, por uma questão de idade, como se você não tivesse valor, né, ou nada a agregar para aquela pessoa. (E10, 23 anos)

> Eu sinto muito preconceito também com clientes, isso eu já sofri, direto... Teve uma vez que eu fui num cliente, ele era CEO de uma empresa e eu sentei lá. E ele era um cliente muito, muito exigente... eu falei então, "eu vou pessoalmente explicar detalhe a detalhe da sua carteira, por que que rende, por que que não rende". Aí fiquei vinte minutos explicando, uma hora ele virou pra mim e falou "eu acho que você não está me entendendo por que você é moleque, você é jovem. (...) Ah já ouvi "ah, você é o assistente que vai vir

> aprender?". Isso é todo o dia, ainda mais eu, que eu tenho 27 e cara de novo. (E16, 27 anos)

> Eu tenho uma cara de muito jovem, eu tenho 27 anos, mas parece que eu tenho 15 ((risos)), e aí, às vezes, as pessoas demoram para te levar a sério. Isso eu percebo mesmo, tipo "ai, quem é essa garotinha?". Uma das meninas da minha equipe que não é advogada, ela é uma analista que atende a gente em outros aspectos que não jurídicos, eu entrevistei ela e hoje ela brinca, ela falou assim, "Fulana, eu juro que eu não entendi. Eu ficava, o que que essa estagiária está fazendo na minha entrevista? E aí, do nada, você começou a falar e começou a falar super bem e praticamente conduziu a entrevista e eu fiquei assim, gente, mas quem é essa pirralha?"... eu sou reconhecida, mas eu tenho essa etapa de superação, de uma questão estética, eu acho também, né? De ser muito novinha. (E17, 27 anos)

Conforme mencionado anteriormente, nossa pesquisa percebeu que, em algumas situações, foi possível perceber diferenças de perspectivas dentro da própria geração. E nas comparações com outras gerações, qual o significado de pessoa "mais velha" para estes jovens? Alguns de nossos entrevistados não hesitaram em comentar sobre isso, porém, as respostas variaram. Alguns citaram que alguém com 35 anos de idade representa uma "diferença considerável" (E13), porque "a vivência é muito diferente da minha realidade" (E16). Para outros a "diferença grande" (E17) ou "idade avançada" (E12) é depois dos 40 anos. Para E10, a "galera bem mais velha" tem mais de 50 anos.

No entanto, diferenças de idade parecem perder a importância quando as pessoas se tornam próximas, conforme demonstra a fala de E16 abaixo. Estudos prévios mostraram que passar mais tempo com outras gerações facilitou a interação entre os indivíduos, ao perceberem que havia mais semelhanças entre eles do que acreditavam (URICK et al., 2017), o que sugere que o contato intergeracional pode ajudar a diminuir o etarismo (DRURY; HUTCHISON; ABRAMS, 2016). Adicionalmente, Pettigrew (1998) propôs que as situações de contato que oferecem aos participantes de diferentes grupos a oportunidade de se tornarem amigos são as que têm o maior potencial para reduzir o preconceito.

> Eu consigo chegar na pessoa mais nova e conversar muito mais fácil do que com uma pessoa mais velha, eu tenho mais tato pra conversar. A não ser que depois que vire amigo, e aí depois já é tudo igual. (E16, 27 anos)

Ao analisar os relacionamentos intergeracionais relatados por nossos sujeitos, notamos que a idade cronológica continua sendo amplamente utilizada como um indicador do processo de envelhecimento de uma pessoa (BYTHEWAY, 2005). Em vista disso, a idade é uma característica que diferencia os indivíduos e os sujeita às expectativas da sociedade,

influenciando a maneira como as pessoas se comportam (HANASHIRO; PEREIRA, 2020). Essas expectativas sociais são conhecidas como normas de idade e estão diretamente relacionadas à idade biológica (LAWRENCE, 1996). Observamos que os participantes de nossa pesquisa, embora jovens, não estão imunes a normas de idade, como demonstram as falas de E10 e E11.

> ... chegou nos 30 anos, a gente ainda não saiu dessa ideia, sabe? Ai os 30 anos, parece que vai morrer com 31. Não, você tem que estar casada, tem que estar com apartamento, com 2 filhos, fazendo academia, cozinhando e... calma aí, só tenho 30 anos, entendeu? É uma coisa que não mudou, o ano passa, passa, passa a geração, vem geração, vai e isso não muda.(...) porque às vezes eu penso assim, nossa já tenho 23 anos e ainda não terminei a faculdade, nossa, mas eu só tenho 23 anos. Sabe quando fica o lado emocional e o lado racional conversando um com outro? (E10, 23 anos)

> Eu sinto que os meus colegas do colégio, que até hoje a gente é amigo, eles conseguiram decidir mais cedo o que queriam para a vida, sabe? O curso que fazer e com isso eles já estão empregados, já estão assim, um passo à frente de mim, enquanto que eu fui para Direito, aí vi que não era exatamente o que eu queria e eu ainda estou estagiando. (E11, 25 anos)

Um outro dado interessante que surgiu foi o medo do envelhecimento, uma das origens do etarismo (NELSON, 2009), expressado abaixo por E10, confirmando que a idade parece estar sempre sendo medida, quando somos julgados como velhos e também de acordo com a forma como envelhecemos (BYTHEWAY, 2005).

> E acho que uma coisa que a gente tem em comum, a minha geração e a sua, é o medo de envelhecer. Assim, sabe, eu acho que é uma coisa que a gente tem muito a avançar ainda, muito mesmo... Então, acho que esse caminho para a velhice, hoje a gente debate um pouco mais sobre isso, mas assim, chamar uma pessoa de velha é uma ofensa. Sendo que, todo mundo vai passar por isso, tende, pelo menos, a passar por isso. E eu acho que isso é uma coisa em comum, essa dificuldade de aceitar o tempo, tanto que hoje o *skincare* na minha geração é uma coisa super, que todo mundo faz, porque "ai não posso ter ruga", sendo que assim, gente! (E10, 23 anos)

Nesta seção discutimos aspectos concernentes às relações intergeracionais primariamente no local de trabalho e como eventuais diferenças agem, por vezes, como marcadores da identidade geracional dos participantes da pesquisa. Além disso, abordamos alguns exemplos de estereótipos de pessoas mais velhas, situações de etarismo sofridos pelos mais jovens e trouxemos alguns dos desafios enfrentados pelos sujeitos da pesquisa no que se

refere a idade cronológica. No próximo tópico, discutiremos o papel de outro grupo geracional na vida de nossos entrevistados: a família.

4.5. ENCORAJAMENTO FAMILIAR

Compreender o contexto familiar é crucial ao estudar jovens adultos, pois pode fornecer informações valiosas sobre os fatores que moldam suas experiências durante os anos de formação e afetam a sua trajetória de desenvolvimento ao longo da vida (ELDER JR, 1998). Analisar os relacionamentos intergeracionais e os sistemas de apoio que a família eventualmente representa, pode indicar possíveis influências na formação de crenças, comportamentos, visão de mundo e aspirações de indivíduos. Para Vincent (2005), a identidade geracional não é definida somente por acontecimentos históricos coletivos, conforme identificado por Mannheim (1952), mas é também influenciada por biografias pessoais, dinâmicas familiares e contextos comunitários específicos.

Buscando entender a importância do ambiente familiar para os participantes deste estudo, começamos analisando a quantidade de citações das palavras que compõem tradicionalmente uma família: “mãe”, “pai”, “irmã” e “irmão”. Adicionalmente, resolvemos incluir “avó”, “avô” e “avós” porque percebemos que, em alguns casos, estes familiares parecem ter participado ativamente da criação dos participantes. A palavra “mãe” foi a primeira mais citada da categoria família, e a oitava mais citada de toda a base de dados, com 70 citações, tendo sido mencionada por 13 participantes. O termo “pai” veio em segundo lugar da categoria, com 52 menções de 10 entrevistados. Depois dos pais, o parente mais citado foi “avó”, com 25 citações de 8 sujeitos. As palavras “avô” e “avós” também foram mencionados, mas apenas 13 vezes. Depois de “avó” apareceram “irmã”, “irmão”, ou suas variações no plural, somando 18 citações diretas, número empatado com o total do grupo da chamada família extensa, que inclui tios, tias e primos, em falas como “morei com meu primo”, “meus sócios são meus primos”, “crescer com os primos”. A fala de E15 ilustra como família vai além dos laços consanguíneos imediatos e abrange uma rede de parentes próximos.

> Eu diria que eu sou muito próximo da minha família, não só da minha família de casa, mas primos, tios. São pessoas que são realmente muito presentes na minha vida... da família se reunir todo o final de semana, fazer um churrasco, jogar baralho... (E15, 22 anos)

Não surpreende a quantidade de citações de membros da família imediata e também de surgirem inúmeras referências à família estendida, considerando que o Brasil é considerado uma sociedade coletivista, o que significa que as pessoas são integradas desde o nascimento em grupos coesos e unificados, sendo estes representados especialmente pela família extensa, que inclui tios, tias, avós e primos (HOFSTEDE, 1983). Além disso, a família brasileira tende a desempenhar um papel central na vida dos indivíduos, sendo uma fonte de suporte emocional, social e financeiro.

Três participantes, todas mulheres, citam muito mais a mãe do que o pai. Duas delas (E4 e E11) têm em suas mães uma referência forte de mulheres batalhadoras. E4 comenta "a minha mãe saiu do interior e conseguiu as coisas por ela ter estudado". A fala de E11 demonstra também claramente a sua admiração por sua genitora.

> Eu sinto que a graduação da minha mãe foi algo muito grande, ela foi a primeira filha do meu avô a ser graduada e pós-graduada, isso enquanto já era mãe, sabe? E ela correu atrás, então eu acho muito gigante! (E11, 25 anos)

Cinco participantes, três homens e duas mulheres, citam mais o pai do que a mãe. E15 tem em seu pai uma espécie de mentor para ações sociais e de caridade, como podemos ver na fala abaixo.

> O meu pai sempre foi uma pessoa envolvida com ações sociais e caridade, então eu acho que esse ato dele, essa filantropia, é uma coisa que me inspira muito. (E15, 22 anos)

Além da família imediata e a estendida, outros tipos de família foram mencionados: a adotada, em que normalmente um indivíduo adota a família de seu namorado ou namorada, como comentaram E12 e E17, e a família escolhida, composta dos "amigos da internet" ou "amigos da faculdade", por estarem todos longe de suas famílias (E12). Adicionalmente, cinco entrevistados talvez se encaixem no conceito de família multiespécie (GAEDTKE, 2019), que a mídia popular chama de "pai de *pet*", ou "mãe de *pet*", que significa ser um pai ou mãe de um animal de estimação que ocupa o centro das atenções, espaço antes dominado apenas por crianças. Dois participantes citaram os bichos quando perguntados se tinham filhos, e dois afirmaram estar "construindo uma família" com os respectivos pares e animais domésticos com quem moram.

Três participantes, justamente os mais novos, não fizeram qualquer menção a pai ou mãe, citaram apenas a família como um todo. Destes, dois cursam ensino superior público,

somente um tem um emprego formal. Provavelmente há diversas razões pelas quais pessoas nessa fase talvez não façam referência à família tanto quanto outras pessoas mais velhas. Uma delas pode ser o próprio período de transição da adolescência para a vida adulta, no qual os jovens, por meio de sua maioridade legal recém adquirida, podem estar focados em explorar novas experiências e estabelecer amizades. Ainda mais se considerarmos que, para a Gen Z, a adolescência tem sido mais uma extensão da infância do que início da vida adulta (TWENGE, 2018).

Doze entrevistados moram com o pai e/ou mãe e mais algum familiar, como irmã, irmão, avó, padrasto (E1, E3, E4, E5, E6, E7, E8, E9, E11, E14, E15, E18). A média de idade é de 23 anos. Deste grupo, sete residem com ambos os pais (E3, E4, E6, E7, E8, E11, E14). Quatro moram com par, isto é, seu namorado ou namorada, (E2, E12, E16, E17), sendo que três deles têm 27 anos e apenas um 19. Duas entrevistadas moram sozinhas (E10, E13), média de 25 anos. Do total de participantes, três informaram ser filhos únicos (E6, E9, E14).

Quando os sujeitos falaram sobre o que significa família para eles, a maior parte utilizou palavras como base, suporte, estrutura, compreensão, aceitação, apoio "independente de suas escolhas", "quem está com você sempre, nos momentos bons e momentos ruins", companheirismo, carinho, acolhimento, "as pessoas que me amam, e cuidam de mim", "o que você tem de mais precioso". Outros não usaram termos tão idealizados e definiram família como "uma coisa que a gente carrega pro resto da vida" (E10), "um guia, um norte" (E16) e influências, na forma de falar, na forma de pensar (E12). Notamos que as falas mais objetivas vieram de pessoas que não moram mais com seus pais. Acreditamos que o alto nível de idealização pode estar ligado à faixa etária dos entrevistados, ao fato de muitos ainda morarem com seus pais, mas também por motivo de que, mais da metade frequentou ensino 100% privado sem bolsa, ou seja, provavelmente a sua família custeou seus estudos e talvez ainda esteja patrocinando. Além disso, alguns ainda frequentam faculdade privada e são estagiários ou não possuem emprego formal. Notamos que determinados participantes reconhecem claramente o apoio dos pais, não só financeiro, e mostram ciência de que nem todo mundo tem essa vantagem, como vemos nas falas de E7 e E15.

> ... quando eu queria fazer arquitetura eles nunca falaram nada, eles sempre apoiaram, depois quando eu quis mudar para administração, eles também me apoiaram e tudo mais. Obviamente eles vão me direcionar porque eles acham que é mais certo, mas eles nunca falaram não, você não vai fazer isso. Eles sempre me apoiaram, independente da decisão. E é algo que eu sou muito grata porque eu sei para não é sempre assim né? (...) Assim, acho que quem

> eu sou hoje, eu devo muito aos meus pais, eles me deram tudo, desde o ensino bom, toda educação, então pra mim é a base de tudo mesmo. (E7, 23 anos)

> Eu vejo muitos relatos de pessoas da minha idade que não têm muito apoio familiar. Isso é uma coisa que eu não posso dizer em momento algum porque meus pais sempre me apoiaram cegamente em tudo que eu quis fazer na minha vida, sabe? Então, pra mim é muito importante, crucial essa relação familiar no âmbito geral da minha vida, em tudo. (E15, 22 anos)

As atitudes de trabalho, crenças e valores dos jovens são muitas vezes influenciados por suas famílias (LOUGHLIN; BARLING, 2001). Vimos anteriormente alguns exemplos, como o de E4, que afirma valorizar muito oportunidades de aprendizado, possivelmente porque sua mãe foi uma grande referência nesse tópico, e E15, que, inspirado por seu pai, lidera atualmente a associação de moradores de seu bairro, com o objetivo de arrecadar e distribuir alimentos para famílias carentes. Notamos também que nem sempre os jovens querem seguir os exemplos dos pais, às vezes ocorre justamente o contrário, o que percebemos, por exemplo, em declaração prévia de E11, quando se comparou à sua mãe ao falar sobre maternidade. Além de valorização dos estudos e realização de ações comunitárias, entendemos que a visão de alguns sujeitos sobre religião, relacionamentos afetivos, negócios, respeito ou não à diversidade (se a família é "pra frente" ou "machista, retrógrada"), foi diretamente influenciada por suas famílias. A exemplo de E18, se referindo na fala abaixo à sua mãe, alguns participantes admitiram consultar alguém de sua família quando diante de decisões importantes.

> ... decisões mais complexas, eu sempre peço a opinião dela. Eu acho que ela, por ser uma pessoa mais experiente, uma pessoa que já tem uma bagagem maior, ela consegue me auxiliar em certas coisas. E minha mãe é meio que minha voz da razão. (E18, 26 anos)

Um dos objetivos específicos deste trabalho foi identificar eventos que pudessem ter tido implicações na vida pessoal ou profissional dos participantes, para verificar se isto teria influência na formação de suas identidades geracionais. Os dois acontecimentos mais citados foram falecimento de um parente, como mãe, pai ou avó, e separação dos pais. Embora a perda de alguém próximo possa ser certamente um acontecimento traumático na vida de uma pessoa, neste grupo não identificamos uma relação direta do evento em si com suas identidades geracionais. O que percebemos, mais uma vez, foi uma influência forte e duradoura desses parentes sobre ao menos dois participantes, em relação à sua visão sobre trabalho e estudos.

> ... meu pai era uma pessoa muito saudável, ele sempre estava praticando esporte, ele ia de bicicleta para o trabalho... e mesmo assim ele faleceu. Então há aquela coisa de parar para perceber que eu não preciso me matar no trabalho. Porque ele realmente teve um desgaste, ele ficou meio que, pelo estresse do trabalho.. aquilo foi não só genético. (E2, 27 anos)

> A minha avó fazia tudo pra mim, tudo, tudo. E ela sempre foi a minha maior incentivadora pra estudar, pra conseguir bolsa.(...) Se não fosse a minha avó, talvez, eu não sei como eu teria sido, não sei como seria escrito a minha história hoje, talvez eu não estaria na empresa atual, porque o ciclo que eu estudava é bem diferente do que eu sou hoje. (E13, 26)

Na fala de E2 acima, percebemos como a compreensão dos filhos sobre as atitudes e experiências de trabalho de seus pais pode desempenhar um papel significativo na formação de suas próprias crenças e atitudes em relação ao trabalho (LOUGHLIN; BARLING, 2001).

Separação dos pais, evento relatado por dois participantes, aparentemente teve influência no amadurecimento de um entrevistado, que afirma ter passado de mero receptor a provedor de apoio emocional. O segundo sujeito explicou que este acontecimento impactou na sua visão sobre relacionamentos afetivos. De acordo com nossa interpretação, mudanças na dinâmica familiar podem afetar a perspectiva dos jovens a respeito de família, relacionamentos e normas sociais, e, talvez impactar a percepção de pertencimento a uma geração desses jovens, caso as experiências vividas deixem de ser base para um senso compartilhado de identidade geracional (VINCENT, 2005).

Outros eventos que os respondentes afirmaram ter causado algum impacto em suas vidas pessoais ou profissionais foram a primeira perda financeira na bolsa de valores, o primeiro emprego, o primeiro salário, abrir o próprio negócio, término de um namoro, participar de um programa de intercâmbio internacional, sair da casa dos pais. Entendemos que essas experiências proporcionaram aos participantes envolvidos uma exposição a culturas diferentes, a situações que exigiram adaptação, resiliência e autonomia, oportunidades de desenvolvimento profissional, e, como tal, podem ter influenciado as suas perspectivas e crenças, potencialmente contribuindo para o amadurecimento psicológico, emocional, e para a formação da identidade geracional desses indivíduos.

Adicionalmente, alguns sujeitos da pesquisa comentaram sobre como experiências envolvendo a convivência com esferas sociais diferentes das suas contribuíram para o seu amadurecimento e para moldar suas visões sobre certos aspectos, inclusive, em relação ao trabalho. Não ter mais os pais levando de carro para a escola e, por isso, ter que utilizar transporte público, mudar de uma escola particular para uma privada ou passar a frequentar uma escola em um bairro com maior diversidade social, foram algumas das situações relatadas

que parecem ter proporcionado aos entrevistados formas novas de pensar e enxergar o mundo. A fala de E16 resume suas percepções ao transitar entre duas realidades diferentes, de um colégio particular da zona oeste da cidade de São Paulo para uma escola técnica localizada no centro da capital.

> ... fui com 14, 15 anos estudar num colégio técnico lá no centro da cidade, na FECAP... Pra mim isso era um mundo 100% diferente, na minha sala de aula tinha o amigo do traficante e tinha a freira... então eu fiquei amigo do traficante e fiquei amigo da freira ((risos))... isso pra mim foi um choque cultural muito legal... isso mudou a minha vida, isso eu sempre falo pra minha mãe, "nossa, essa escola que você colocou pra mim foi a melhor coisa que eu fiz"...(...) Me dá essa liberdade de saber conversar com pessoas que antes provavelmente não saberia, abriu um pouco a minha cabeça... (...) ... às vezes eu voltava pra conversar com os meus amigos do meu colégio e *white people problems* demais, entendeu? ... eu via que a pessoa do meu lado ali estava passando uma grande dificuldade com a família e eu falo "meu, você está reclamando aqui que a menina não quer te beijar no final de semana enquanto o outro aqui está se ferrando pra pagar a escola!". Então isso começou a abrir um pouco a minha cabeça. Antes eu achava que eu tinha que estudar, estudar, e trabalhar era secundário... eu entrei lá, era uma escola de comércio, é focada pra trabalho, eu vou trabalhar então...Fiz 17 anos, 18 anos já fui trabalhar, enquanto o meu irmão foi trabalhar com 22. (E16, 27 anos)

Sair da zona de conforto e ter um contato direto com os desafios enfrentados por outras pessoas de outros ambientes sociais talvez contribua, de fato, para que jovens mais privilegiados desenvolvam empatia e sensibilidade em relação às dificuldades e desigualdades presentes em nossa sociedade. E10 e E12 compartilham desse ponto de vista.

> ... acho que essa convivência com pessoas de bolhas sociais diferentes, eu acho que é muito crucial pra uma visão de mundo um pouco mais diversa e pra aceitação mesmo, de que essas realidades existem. (E10, 23 anos)

> ... essa influência com essa diversidade, com gente de todos os tipos, com várias histórias, de várias regiões do Brasil, muda muito a minha forma de enxergar o mundo e de enxergar a minha própria vida e também de planejar a vida. (E12, 19 anos)

Entendemos que a exposição a realidades sociais diferentes, assim como morar sozinho ou com o par, pode contribuir para a formação da identidade geracional de um indivíduo, ao influenciar sua visão de mundo e ampliar sua consciência social e, quem sabe, aumentar também seu compromisso com a construção de uma sociedade mais igualitária e justa para todas as gerações. De acordo com Lyons et al. (2019), compreender os fatores que contribuem

para a formação da identidade geracional é crucial para promover a empatia com as diferentes gerações e suas oportunidades e desafios particulares.

Os diferentes eventos compartilhados pelos sujeitos desta pesquisa são parte de suas jornadas, de seus caminhos de vida. Entendemos que essa caminhada pode trazer frustrações, mas também sonhos e realizações.

Inferimos uma certa frustração, por exemplo, a respeito de questões econômicas, como na fala de E4, abaixo, ou diante da descoberta de que "quanto mais você vai crescendo, mais o seu grupo de amigos reduz" (E17), ou quando, após terminar a faculdade, o indivíduo percebe que "a realidade é um pouco diferente do que a gente esperava" (E18).

> ... imagina eu voltar, no meio de uma pandemia para o Brasil, sabendo que ia ganhar mil e duzentos reais, sei lá, e trabalhar mais. (E4, 24 anos)

A frustração de E4 reflete os baixos salários vigentes no país, mesmo para pessoas com curso superior, um consequência talvez do fato de que, o Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil cresceu em média apenas 0.4% por ano nos últimos 10 anos, entre 2012 e 2021 (MALAR; HERÉDIA, 2022), ou seja, um crescimento médio pífio desde que os membros mais velhos da Gen Z atingiram a maioridade.

Nos caminhos de vida percorridos pelos entrevistados, percebemos também a manifestação de sonhos, como o de E7, abaixo, de conquistar a independência financeira. E16 igualmente expressou a sua pressa de "ganhar o meu próprio dinheiro e ficar independente mais rápido possível" antes mesmo de começar a trabalhar. E11 comentou ser típico de sua geração querer "ter as nossas coisas e fazer as nossas viagens".

> ... desde que eu estava na faculdade, eu já queria começar a trabalhar, ganhar meu dinheiro e ter a minha independência financeira. (E7, 23 anos)

E, por fim, a caminhada pode ser feita também de realizações, que, em nosso estudo, inclui a mobilidade social de alguns dos respondentes (E10, E13, E15). O PIB é frequentemente usado como um indicador do desenvolvimento econômico, e entendemos que pode ter uma relação positiva com a mobilidade social. Apesar de um ambiente econômico não tão favorável na última década, conforme mencionado previamente, notamos uma mobilidade social clara de três participantes de nosso estudo. São sujeitos que cresceram na periferia da cidade de São Paulo, dois concluíram a educação básica com bolsas de estudo e depois entraram em instituições de ensino superior público, um concluiu o ensino fundamental e médio em escola

pública e entrou em faculdade particular. Os três afirmaram já ter adquirido um apartamento em bairros de classe média na cidade de São Paulo, para onde dois já se mudaram e moram sozinhos e um já recebeu as chaves e está finalizando os acabamentos. Ou seja, estes jovens, apesar de possíveis dificuldades que possam ter enfrentado por conta do contexto social em que cresceram, já demonstram estar colhendo resultados positivos. Na fala de E13 abaixo, podemos ver como a realidade social à sua volta é diferente da sua. Na de E15 é possível verificarmos a importância da educação financeira.

> ...o pessoal que eu estudei no colégio, da primeira à oitava série, a maioria mora lá na periferia, tem 3, 4 filhos, as conhecidas. Tem algumas que terminaram o colégio e não fizeram faculdade, não foram atrás de mudar. (E13, 26 anos)

> Hoje em dia eu tenho uma visão muito diferente, por exemplo, das finanças. É algo que eu acho que tem que ser de fato ali, muito bem cuidado. E eu sei que tudo isso acaba sendo influenciado, não pela criação dos meus pais em si, mas pela criação da minha vida. Às vezes, por ser de um bairro mais periférico a gente começa a ganhar um dinheiro e acha que o negócio é esbanjar, você comprar coisas e tal, mas hoje em dia eu tenho uma visão muito diferente disso. (E15, 22 anos)

Estamos cientes de que o crescimento econômico não é o único fator que influencia a mobilidade social, outros aspectos como políticas públicas, educação e igualdade de oportunidades também podem desempenhar um papel significativo. Conforme discutido previamente, a implementação de leis de cotas raciais e outras políticas afirmativas têm desempenhado um papel significativo na promoção do acesso à educação superior e também ao ensino técnico e profissionalizante para a população menos privilegiada. Além disso, organizações públicas e privadas vêm implementando políticas de diversidade com o objetivo de promover a igualdade de oportunidades para todos os indivíduos (GROENEVELD; VERBEEK, 2012). A mobilidade social que percebemos como parte da história de E10, E 13 e E15, possivelmente deriva de um conjunto de fatores, como alguns dos mencionados acima, e também, certamente do contexto socioeconômico, como vemos na fala de E10.

> Quando você tem pouco, você vai atrás de qualquer coisa. (...) ... dependendo do perfil da pessoa, ainda que ela pertença àquela mesma geração, acho que pode diferir muito. Acho que onde você nasce, como é a sua criação, se você tem condições financeiras ou não, acho que isso dita bastante o jeito que você vai ver o mundo, quando você adentra o mercado de trabalho. Eu acho que isso dita bastante coisa. Mas, considerando pessoas que tenham o mesmo perfil que eu, que vieram da onde eu vim, eu acho que essa vontade, assim, da

> independência, de querer trabalhar cedo, eu acho que é uma coisa que eu me identifico com a geração. (E10, 23 anos)

E nos perguntamos: teria esta busca da independência financeira uma relação com geração de E10? Vimos anteriormente outros participantes fazendo conexão semelhante. Ou estaria a mobilidade social alcançada por E10, E13 e E15 relacionada ao contexto social aparentemente menos privilegiado destes respondentes, no qual talvez eles tenham testemunhado ou passado por dificuldades financeiras em suas famílias ou comunidades? Neste caso, a materialização de seus feitos poderia ser uma forma de romper com o ciclo de desvantagens socioeconômicas e criar um futuro melhor para si e suas famílias.

Entendemos que jovens de classes sociais menos privilegiadas podem ter um incentivo intrínseco adicional para procurar se manter em um emprego por mais tempo e investir, por exemplo, na aquisição de imóveis, se considerarmos que, tanto a perspectiva de emprego "estável" quanto a posse de propriedade, simbolizam uma sensação de realização e podem representar alguma segurança para o futuro (MCCABE, 2018).

Estudos indicam que, ao mesmo tempo que falta à Gen Z ambição, esta geração também é a mais materialista, enquanto outros apontam que os membros desta coorte são menos motivados por rendimentos financeiros do que as gerações anteriores (GAIDHANI; ARORA; SHARMA, 2019). Outras pesquisas revelam que os membros da Gen demonstram grande preocupação com segurança financeira (CHICCA; SHELLENBARGER, 2018), e dão tanta importância ao dinheiro quanto os *Millennials*, embora estes últimos valorizem mais promoções (MALONI; HIATT; CAMPBELL, 2019).

Com base em nossos dados, depreendemos que identidade geracional pode influenciar a mobilidade social de vários formas. Ao longo da história, diferentes gerações experimentaram níveis variados de oportunidades em termos de sucesso econômico e mobilidade social (VINCENT, 2005). Como mencionamos anteriormente, as condições e oportunidades socioeconômicas disponíveis para uma geração específica podem ter um impacto significativo na sua mobilidade social, se houver, por exemplo, perspectivas de emprego restritas. Adicionalmente, o quanto uma geração valoriza temas como educação e estabilidade financeira, também pode ter influência. Quanto mais uma geração priorizar estes temas, provavelmente maiores serão as chances de ascensão. Além disso, o apoio e encorajamento por parte da família também é claramente um fator importante, aliado a características individuais, como esforço e tenacidade. Para Lyons et al. (2019), personalidade e valores pessoais, além de família, amigos e comunidade, impactam na identidade geracional no nível individual, e, como tal, antecedem

o modelo socioecológico de identidade geracional no local de trabalho proposto por estes autores. Obviamente, reconhecemos que mobilidade social é influenciada por outros fatores além destes aqui citados, conforme discutimos anteriormente.

Nosso estudo sugere que a família desempenha um papel vital na formação da identidade geracional dos participantes entrevistados, ao influenciar suas perspectivas, valores e oportunidades. Por meio de encorajamento e apoio, a família contribui para que estes jovens estejam mais bem preparados para enfrentar desafios e buscar seus objetivos pessoais e profissionais.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como principal objetivo analisar e descrever quais fatores influenciam a formação da identidade geracional de jovens pertencentes à Geração Z, a mais recente a ingressar na força de trabalho.

Utilizando o método qualitativo, entrevistamos 18 indivíduos da Geração Z e, por meio de uma análise interpretativa, mergulhamos nas experiências relatadas para entender a relação entre vários aspectos de suas vidas e suas identidades geracionais. O primeiro objetivo específico foi entender o significado de geração para estes jovens e se eles se percebem como parte da chamada Geração Z.

Para alcançar este objetivo, o ponto de partida foi a apresentação aos participantes de uma vinheta descrevendo um personagem com características relacionadas à Gen Z de acordo com a literatura (CHICCA; SHELLENBARGER, 2018). A maioria dos participantes afirmou se identificar apenas parcialmente com a pessoa descrita na vinheta, o restante se dividiu igualmente entre identificação positiva ou não identificação com sua geração. Apenas na identificação positiva foi encontrado um padrão demográfico, relacionado a gênero, em que somente mulheres se identificaram. Da vinheta, as características mais discordantes foram individualismo e não estar disposto a correr riscos, as mais consentidas foram realismo e mente aberta. Características variadas foram citadas quando os entrevistados articularam suas respostas informando que outras semelhanças ou diferenças viam quando se comparavam com pessoas de sua geração, sem que o rótulo geração Z fosse mencionado. Entre as possíveis razões pelas quais os indivíduos podem não ter se identificado tão fortemente com características atribuídas a um rótulo geracional estão as generalizações, que podem fazer com que eles sintam que sua individualidade está sendo ignorada ou talvez os mais jovens tenham uma compreensão mais fluida e dinâmica de identidade (FRANCIS; HOEFEL, 2018). Uma característica que parece exclusiva da geração Z diz respeito ao que mais valorizam no local de trabalho. Consonante com estudos prévios, os valores intrínsecos como busca de crescimento pessoal e autonomia foram mencionados como os mais importantes, e valores de prestígio e poder como os menos importantes.

As experiências compartilhadas por indivíduos, decorridas de eventos marcantes durante a mesma fase de vida, foi definida como geração por Mannheim (1952). Partindo desse ponto, buscamos compreender as experiências compartilhadas que conectam os entrevistados à sua identidade geracional. Conseguimos cumprir os objetivos específicos três, quatro e cinco deste trabalho ao verificar que o compartilhamento de experiências em diferentes contextos, ou

seja, além de eventos coletivos, exerceu e exerce um papel fundamental na formação da identidade geracional dos participantes. A pandemia, por exemplo, causou impacto significativo para a maior parte dos entrevistados, ainda que de formas diferentes, com alguns olhando para os aspectos positivos, como a possibilidade de arranjos de trabalho mais flexíveis, proporcionados por meio da massificação do *home office*, e outros relatando as perdas de aprendizado e experiências vividas no ensino médio. Acontecimentos políticos também foram lembrados e associados a reflexões e mudanças de visão de mundo dos participantes, o que parece demonstrar que resultados e repercussões de campanhas políticas e eleições podem evocar emoções e ideais e influenciar a consciência coletiva, e contribuir, portanto para a formação da identidade geracional dos indivíduos que compartilharam esses eventos em seus anos formativos. Adicionalmente, notamos que fatores culturais como música e linguagem contribuem para a formação da identidade geracional, uma vez que servem como pontos de referência comuns a um grupo em uma determinada época, com suas gírias particulares, estilos de músicas dominantes, como o funk, ou até mesmo identificação com nenhum ritmo em particular, devido ao acesso praticamente ilimitado a um repertório quase infinito de produções musicais, uma conveniência proporcionada pelo *streaming* e disseminação de dispositivos móveis. Sendo a Gen Z a primeira a crescer em um período em que a internet já era amplamente acessível, a tecnologia é algo que faz parte de sua socialização, comunicação, aprendizado e entretenimento. Neste estudo, notamos um maior uso de tecnologia digital relacionado a redes sociais, embora não possamos afirmar que o uso intenso destas seja algo exclusivo da Gen Z. Talvez o que diferencie os entrevistados de pessoas mais velhas seja o tempo de utilização e interesse temático, com os mais novos despendendo mais tempo on-line e mais inclinados para entretenimento do que qualquer outra coisa.

A similaridade de fases da vida nessa faixa etária, caracterizada, por exemplo, pela ausência de filhos ou estar ainda na faculdade, é outro aspecto em que as experiências compartilhadas demonstram promover um sentimento de união e compreensão coletiva e criar um vínculo geracional único, permitindo que os jovens se aproximem e se relacionem de acordo com suas afinidades, moldando e validando suas escolhas e visões de mundo. Conforme Napoli (2014), a troca de experiências de vida ou fenômenos culturais são essenciais na construção da identidade de uma determinada geração.

Investigar a estrutura organizacional e tipos de interações que ocorrem nas organizações na visão dos respondentes foi o objetivo específico número dois deste estudo. Para alcançá-lo, nos baseamos nas múltiplas facetas identificadas na teoria da identidade geracional de Joshi et al. (2010), assim como na abordagem utilizada por esses autores para avaliar aspectos

estruturais e interações intergeracionais dentro do contexto organizacional. O perfil de funções ocupadas e/ou tempo de empresa nos impediu de fazer qualquer tipo de análise com relação às facetas de identidade geracional em metade dos entrevistados. Na outra metade, identidade geracional baseada em coorte foi a que se revelou mais proeminente. As manifestações de identidade geracional baseada na idade apareceram em relatos onde o fator idade no ambiente organizacional foi percebido como um aspecto que pudesse significar algum benefício para os mais velhos, como maiores oportunidades de promoção, o que pode ser motivo de conflitos nas organizações devido a disputa por recursos (LYONS et al., 2019). Não foi possível verificar a saliência de identidade geracional baseada em incumbência, possivelmente porque esta faceta presume relações interpessoais com predecessores e sucessores associados à posição ocupada e os sujeitos possuem relativamente pouca experiência profissional. Igualmente, consideramos não ter obtido dados suficientes para fazer uma avaliação que nos permita determinar a estrutura organizacional das entidades para as quais a maior parte dos entrevistados trabalha, pudemos apenas depreender determinadas práticas que sugerem que a empresa seria orgânica ou mecanicista. Apenas interações transmissivas entre gerações foram identificadas, traduzidas por relatos de cooperação entre colegas. Adicionalmente, verificamos que, apesar de jovens, boa parte dos participantes de nosso estudo demonstrou ciência da importância de se adaptar às expectativas das organizações, o que indica que estes jovens talvez estejam mais bem preparados para enfrentar os desafios profissionais do que algumas publicações parecem supor.

Vimos também que os indivíduos recorrem a comparações com outras gerações para reforçar a sua própria identidade geracional, o que ficou mais evidente quando os jovens falaram sobre fatores culturais e diferenças de atitudes perante o trabalho. A maior diferença no ambiente corporativo parece ser a priorização do equilíbrio entre vida pessoal e profissional por parte dos mais novos, além de ênfase no cuidado da saúde mental, este um aspecto que vem sendo amplamente exposto por pessoas públicas jovens na mídia, o que provavelmente contribui para estimular o debate sobre o tema. Entretanto, notamos que as diferenças percebidas entre gerações por vezes podem ser apenas frutos de estereótipos, que podem levar ao etarismo. Embora estes dois conceitos, estereótipos e etarismo, sejam frequentemente associados a pessoas mais velhas, eles também podem ser observados em direção a pessoas mais novas. Em nosso estudo identificamos estereótipos de pessoas mais velhas e etarismo contra pessoas mais jovens, expondo a oposição que pode ocorrer entre diferentes gerações. Por outro lado, quando se trata do ambiente familiar, as relações intergeracionais parecem ser apenas positivas, representando, na visão da maioria dos participantes, uma fonte de apoio e compreensão dos mais velhos para os mais novos. Esta pesquisa sugere que família desempenha

um papel crucial na formação da identidade geracional dos jovens da Gen Z, influenciando suas perspectivas em vários aspectos da vida, incluindo importância dada aos estudos, visão sobre o trabalho e comunidade, além de relacionamentos interpessoais. Por meio de encorajamento e suporte emocional e financeiro, quando possível, a família contribui para que estes jovens estejam mais bem preparados para enfrentar desafios e buscar seus objetivos pessoais e profissionais.

O objetivo específico número seis deste trabalho foi identificar eventos que pudessem ter tido implicações na vida pessoal ou profissional dos participantes, a fim de verificar possíveis influências destes fatores na formação de suas identidades geracionais. Notamos que as experiências proporcionaram aos participantes envolvidos uma exposição a culturas e realidades sociais diferentes, a oportunidades de desenvolvimento profissional, e a situações que exigiram adaptação, resiliência e autonomia, influenciando potencialmente as suas perspectivas e crenças, contribuindo para o amadurecimento psicológico, emocional, e para a formação da identidade geracional desses indivíduos. Adicionalmente, esses acontecimentos pessoais são parte de seus caminhos de vida, que podem trazer frustrações, mas também sonhos e realizações. Vimos desapontamentos relacionados principalmente a perspectivas econômicas, mostrando a importância do fator extraorganizacional na formação da identidade geracional (LYONS et al., 2019). Porém, notamos também conquistas legítimas, como casos de ascensão social de três participantes, que apesar de, aparentemente terem crescido em regiões menos privilegiadas e a situação econômica do país não estar exatamente pujante desde antes do início de carreira profissional destes jovens, já os vemos colhendo resultados positivos. Possivelmente os motivos para tais realizações derivam de uma série de fatores como acesso a bolsas de estudo, oportunidades de trabalho, encorajamento e apoio de suas famílias, aliados provavelmente a características individuais, como esforço e tenacidade.

Ao investigar os fatores que influenciam na formação da identidade geracional de jovens da Gen Z, este trabalho contribui para a literatura ao fornecer um ponto de vista que considera as percepções dos indivíduos que ainda estão em seus anos formativos. Diversos estudos sobre identidade geracional focaram nas interações, diferenças e conflitos intergeracionais ou na mera identificação dos participantes com suas gerações. Outros abordaram primordialmente as influências do contexto organizacional. Nenhum até o momento abordou o tema considerando a perspectiva da geração Z. Este estudo qualitativo sobre a formação da identidade geracional, por sua vez, cobre conjuntamente alguns desses aspectos e adiciona o componente familiar e as experiências individuais como fatores influenciadores, destacando ainda a importância de questões socioeconômicas, ou seja, apresenta uma análise empírica mais ampla sobre o tema.

Adicionalmente, este trabalho sugere que a coorte estudada, embora englobe pessoas nascidas em um determinado período de anos, deve ser considerada um grupo heterogêneo, o que difere de pesquisas anteriores que abordaram gerações como agrupamentos homogêneos.

Do ponto de vista prático, tendo em vista que esta demonstra ser uma coorte plural, os achados indicam que pode ser benéfico para as organizações que os gestores tenham a capacidade de enxergar a diversidade que existe dentro da própria Gen Z, em vez de confiar em estereótipos geracionais. Ao compreender as influências que contribuem para a pluralidade desta geração, as organizações podem adaptar suas políticas e programas para atrair, gerenciar, envolver e reter esses profissionais. Para lidar com eventuais conflitos entre gerações no local de trabalho, iniciativas como mentoria reversa e criação de equipes multigeracionais talvez sejam um caminho. Outra implicação deste estudo é que estamos tratando da geração que vai comandar as empresas daqui a alguns anos. Ao fornecer uma maior compreensão sobre a formação de sua identidade geracional, esperamos abrir caminho para que se pense em práticas de gestão que apoiem o desenvolvimento de habilidades, mentalidades de futuros líderes, de modo que estes estejam preparados para lidar com desafios cada vez mais complexos e necessidades permanentes de responsabilidade social e princípios de sustentabilidade.

Como impacto social, este trabalho, trouxe informações importantes sobre os fatores e experiências que formam a identidade geracional da Gen Z, além de destacar alguns aspectos que podem estar relacionados à ascensão social de alguns dos entrevistados. Esse conhecimento pode ajudar indivíduos, famílias, educadores e formuladores de políticas a entender melhor e apoiar iniciativas voltadas à juventude, para seu desenvolvimento pessoal e profissional. Adicionalmente, pode contribuir para promover maior entendimento e colaboração intergeracional, contribuindo para uma sociedade mais inclusiva e empática.

Uma limitação deste estudo é que todos os participantes possuem nível superior de ensino, completo ou são estudantes de graduação. Além disso, são todos solteiros, todos sem filhos e a maioria reside no Estado de São Paulo. Estudos futuros devem examinar grupos de participantes mais diversos em termos de raça, localização geográfica, grau de escolaridade, estado civil, jovens com responsabilidades parentais, para confirmar se as influências aqui documentadas são aplicáveis para indivíduos com perfil diferente, o que pode revelar outros resultados.

A natureza do trabalho e da força de trabalho está mudando, e ambos são muito diferentes hoje do que há 40 ou 50 anos. Além de propor a desconstrução do rótulo da coorte estudada, ao apresentar aspectos que demonstram a sua pluralidade, este trabalho é inovador pois é um primeiro passo no sentido de compreender melhor a natureza multifacetada da

identidade geracional e os diversos fatores que contribuem para sua formação. Os resultados destacam a importância de considerar múltiplos contextos, incluindo experiências individuais, fatores culturais, organizacionais, familiares e intergeracionais, na compreensão de como a identidade geracional é formada. Convidamos pesquisas futuras para aprofundar as complexidades do tema e suas implicações para os indivíduos e a sociedade.

REFERÊNCIAS

ABRAMS, D.; HOGG, M. A. Social Identity and Self-Categorization. Em: SAGE (Ed.). **The SAGE handbook of prejudice, stereotyping and discrimination**. Thousand Oaks, CA: [s.n.]. p. 179–93.

ANDERSON, H. J. et al. What works for you may not work for (Gen)Me: Limitations of present leadership theories for the new generation. **Leadership Quarterly**, v. 28, n. 1, p. 245–260, 2017.

ARORA, L. et al. **Heat waves, the war in Ukraine, and stigma: Gen Z's perspectives on mental health**. Disponível em: <https://www.mckinsey.com/mhi/our-insights/heat-waves-the-war-in-ukraine-and-stigma-gen-zs-perspectives-on-mental-health?cid=other-eml-dre-mip-mck&hlkid=9de22275984e4dcbac58dd958d79e228&hctky=12075679&hdpid=b212735c-8c09-48b5-95a2-57240ef0911f>. Acesso em: 30 maio. 2023.

ASHFORTH, B. E.; MAEL, F. Social Identity Theory and the Organization. **The Academy of Management Review**, v. 14, n. 1, p. 20–39, 1989.

ASHFORTH, B. E.; MAEL, F. A. Organizational Identity and Strategy as a Context for the Individual. **Advances in Strategic Management**, v. 13, p. 19–64, 1996.

BEKALU, M. A.; MCCLOUD, R. F.; VISWANATH, K. Association of social media use with social well-being, positive mental health, and self-rated health: disentangling routine use from emotional connection to use. **Health Education & Behavior**, v. 46, n. 2_suppl, p. 69S-80S, 2019.

BERG, B. L. **Qualitative research methods for the social sciences**. 4th. ed. Allyn & Bacon, 2001.

BERG, T.; ODDANE, T. A.; LAMØY, L. I. Teaching Generation Z–Transit to the Google it! YouTube it! hit? Em: **Teaching Generation Snowflakes: New Challenges**. Prague: Prague University of Economics and Business, Oeconomica Publishing House, 2022. p. 36–67.

BILLIOT, T. iGeneration well-being in the workforce: a conceptual model of materialism and social comparison. **Development and Learning in Organizations**, v. 4, n. 5, p. 13–16, 2020.

BLOOMBERG, L. D. **Completing Your Qualitative Dissertation: A Road Map From Beginning to End**. SAGE Publications, 2022.

BOLIN, G. Generational "we-sense","they-sense" and narrative: An epistemological approach to media and social change. **Empiria: Revista de metodología de ciencias sociales**, n. 42, p. 21–36, 2019.

BRASIL. CASA CIVIL. **90% dos lares brasileiros já tem acesso à internet no Brasil, aponta pesquisa**. Disponível em: <https://www.gov.br/casacivil/pt-br/assuntos/noticias/2022/setembro/90-dos-lares-brasileiros-ja-tem-acesso-a-internet-no-brasil-aponta-pesquisa#:~:text=Conectividade-,90%25%20dos%20lares%20brasileiros%20já%20tem%20acesso,internet%20no%20Brasil%2C%20aponta%20pesquisa&text=Em%202021%2C%20o%20número%20de,Nacional%20por%20Amostra%20de%20Domicílios.>. Acesso em: 3 jun. 2023.

BURMEISTER, A.; FASBENDER, U.; DELLER, J. Being perceived as a knowledge sender or knowledge receiver: A multistudy investigation of the effect of age on knowledge transfer. **Journal of Occupational and Organizational Psychology**, v. 91, n. 3, p. 518–545, 2018.

BYTHEWAY, B. Ageism and age categorization. **Journal of social Issues**, v. 61, n. 2, p. 361–374, 2005.

CHICCA, J.; SHELLENBARGER, T. Connecting with Generation Z: Approaches in Nursing Education. **Teaching and Learning in Nursing**, v. 13, n. 3, p. 180–184, 1 jul. 2018.

CORDEIRO, H. T. D. et al. A questão das gerações no campo da gestão de pessoas: tema emergente? **Revista de Carreiras e Pessoas**, v. 3, n. 2, 2013.

CRESWELL, J. W.; CRESWELL, J. D. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto.** 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2021.

DEBERT, G. G. A dissolução da vida adulta e a juventude como valor. **Horizontes antropológicos**, v. 16, p. 49–70, 2010.

DEMARRAIS, K.; LAPAN, S. D. **Foundations for research: Methods of inquiry in education and the social sciences**. Routledge, 2003.

DENCKER, J. C.; JOSHI, A.; MARTOCCHIO, J. J. Employee benefits as context for intergenerational conflict. **Human Resource Management Review**, v. 17, n. 2, p. 208–220, jun. 2007.

DOYLE, S. The role of social networks in marketing. **Journal of Database Marketing & Customer Strategy Management**, v. 15, p. 60–64, 2007.

DRURY, L.; HUTCHISON, P.; ABRAMS, D. Direct and extended intergenerational contact and young people's attitudes towards older adults. **British Journal of Social Psychology**, v. 55, n. 3, p. 522–543, 2016.

DUA, A. et al. **How does Gen Z see its place in the working world? With trepidation**. Disponível em: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/sustainable-inclusive-growth/future-of-america/how-does-gen-z-see-its-place-in-the-working-world-with-trepidation>. Acesso em: 6 maio. 2023.

EDMUNDS, J.; TURNER, B. S. Global generations: social change in the twentieth century. **The British journal of sociology**, v. 56, n. 4, p. 559–577, 2005.

ELDER JR, G. H. The life course as developmental theory. **Child development**, v. 69, n. 1, p. 1–12, 1998.

ELLIOTT, J. Talkin''bout my generation': Perceptions of generational belonging among the 1958 cohort. **Sociological Research Online**, v. 18, n. 4, p. 122–137, 2013.

FINKELSTEIN, L. M.; BURKE, M. J. Age stereotyping at work: The role of rater and contextual factors on evaluations of job applicants. **The Journal of general psychology**, v. 125, n. 4, p. 317–345, 1998.

FLANAGAN, S. M. et al. An exploration of the data collection methods utilised with children, teenagers and young people (CTYPs). **BMC Research Notes**, v. 8, n. 1, 2015.

FRANCIS, T.; HOEFEL, F. True Gen': Generation Z and its implications for companies. **McKinsey & Company**, v. 12, 2018.

GAEDTKE, K. M. Afeto e cuidado nas relações entre humanos e seus animais de estimação. **Mediações-Revista de Ciências Sociais**, v. 24, n. 3, p. 84–99, 2019.

GAIDHANI, S.; ARORA, L.; SHARMA, B. K. Understanding the attitude of generation Z towards workplace. **International Journal of Management, Technology and Engineering**, v. 9, n. 1, p. 2804–2812, 2019.

GARDINER, S.; GRACE, D.; KING, C. Challenging the use of generational segmentation through understanding self-identity. **Marketing Intelligence and Planning**, v. 31, n. 6, p. 639–653, 2013.

GIZZI, M. C.; RÄDIKER, S. **The Practice of Qualitative Data Analysis: Research Examples Using MAXQDA**. BoD–Books on Demand, 2021.

GROENEVELD, S.; VERBEEK, S. Diversity policies in public and private sector organizations: An empirical comparison of incidence and effectiveness. **Review of Public Personnel Administration**, v. 32, n. 4, p. 353–381, 2012.

HANASHIRO, D. M. M.; PEREIRA, M. F. M. W. M. O etarismo no local de trabalho: evidências de práticas de "saneamento" de trabalhadores mais velhos. **Revista Gestão Organizacional**, v. 13, n. 2, p. 188–206, 2020.

HANRAHAN, E. A. You're too old for that! Ageism and prescriptive stereotypes in the workplace. **Work, Aging and Retirement**, v. 9, n. 2, p. 204–220, 2023.

HOELZ, J. C.; BATAGLIA, W. The Use of Vignettes in Qualitative Studies The application analysis in a research of business management area. **CIAIQ2015**, v. 3, 2015.

HOFSTEDE, G. The cultural relativity of organizational practices and theories. **Journal of international business studies**, v. 14, p. 75–89, 1983.

HOFSTEDE, G. Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. **Online readings in psychology and culture**, v. 2, n. 1, p. 2307– 0919, 2011.

HUGHES, R.; HUBY, M. The application of vignettes in social and nursing research. **Journal of advanced nursing**, v. 37, n. 4, p. 382–386, 2002.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Estatísticas do Registro Civil. Cresce proporção de mulheres que tiveram filhos após os 30 anos**. **IBGE**, 31 out. 2018. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/22870-cresce-proporcao-de-mulheres-que-tiveram-filhos-apos-os-30-anos>. Acesso em: 17 maio. 2023

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Síntese de Indicadores Sociais**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/9221-sintese-de-indicadores-sociais.html?edicao=25875&t=resultados>. Acesso em: 28 maio. 2023.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Estatísticas do Registro Civil. Casamentos reduzem pelo quarto ano seguido e passam a durar menos tempo**. **IBGE**, 9 dez. 2020. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/29647-casamentos-reduzem-pelo-quarto-ano-seguido-e-passam-a-durar-menos-tempo>. Acesso em: 17 maio. 2023

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. PNAD Contínua - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua. **IBGE**, 2023.

INEP - INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA. **Divulgado resultado da 2ª etapa do Censo Escolar 2021**. Disponível em: <https://www.gov.br/inep/pt-br/assuntos/noticias/censo-escolar/divulgado-resultado-da-2a-etapa-do-censo-escolar-2021>. Acesso em: 31 maio. 2023a.

INEP - INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA. **Apresentação da Coletiva de Imprensa | Saeb 2021**. Disponível em: <https://download.inep.gov.br/institucional/apresentacao_saeb_ideb_2021.pdf>. Acesso em: 1 jun. 2023b.

ISLAM, A.; HAQUE, S. Construction and validation of a generational identity scale on Bangladeshi older adults. **Frontiers in Psychology**, v. 12, p. 703237, 2021.

JOSHI, A. et al. UNPACKING GENERATIONAL IDENTITIES IN ORGANIZATIONS. **Academy of management review**, v. 35, n. 3, p. 392–414, 2010.

JOSHI, A.; DENCKER, J. C.; FRANZ, G. Generations in organizations. **Research in Organizational Behavior**, v. 31, p. 177–205, 2011.

KALARGYROU, V.; BARBER, N. A.; KUO, P. J. The impact of disability on guests' perceptions of service quality delivery in the hospitality industry. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 2018.

KALMUS, V.; OPERMANN, S. Operationalising mannheim: Empirical building blocks of generational identity. **Comunicazioni Sociali**, v. 2019, n. 2, p. 232–246, 2019.

KING, N. Using templates in the thematic analysis of text. **Essential guide to qualitative methods in organizational research**, v. 256, 2004.

KINGSTONE, H. Generational identities: Historical and literary perspectives. **Social and Personality Psychology Compass**, v. 15, n. 10, 1 out. 2021.

KLIPKOVA, O.; KOZMUK, N.; TSEBENKO, O. OPTIMIZATION OF THE PERSONNEL MANAGEMENT MECHANISM IN REGARD TO THE THEORY OF GENERATIONS. **Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice**, v. 3, n. 38, p. 509–521, 2021.

KOOP, A. **Chart: How Gen Z employment levels compare in OECD countries**. Disponível em: <https://www.weforum.org/agenda/2021/03/gen-z-unemployment-chart-global-comparisons/>. Acesso em: 1 dez. 2022.

KRUEGER, A. Gen Z Knows What It Wants From Employers. And Employers Want Them. **The New York Times**, 31 jul. 2022. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2022/07/31/business/gen-z-jobs.html?searchResultPosition=5>. Acesso em: 5 maio. 2023

LAWRENCE, B. S. Organizational age norms: Why is it so hard to know one when you see one? **The Gerontologist**, v. 36, n. 2, p. 209–220, 1996.

LESLIE, B. et al. Generation Z Perceptions of a Positive Workplace Environment. **Employee Responsibilities and Rights Journal**, v. 33, n. 3, p. 171–187, 1 set. 2021.

LESTER, S. W. et al. Actual Versus Perceived Generational Differences at Work: An Empirical Examination. **Journal of Leadership and Organizational Studies**, v. 19, n. 3, p. 341–354, ago. 2012.

LEVY, B. R. Eradication of ageism requires addressing the enemy within. **The gerontologist**, v. 41, n. 5, p. 578–579, 2001.

LOUGHLIN, C.; BARLING, J. Young workers' work values, attitudes, and behaviours. **Journal of occupational and organizational Psychology**, v. 74, n. 4, p. 543–558, 2001.

LYONS, S.; KURON, L. Generational differences in the workplace: A review of the evidence and directions for future research. **Journal of Organizational Behavior**, v. 35, n. S1, p. S139–S154, 2014.

LYONS, S. T. et al. A dynamic social-ecological model of generational identity in the workplace: Research. **Journal of Intergenerational Relationships**, v. 17, n. 1, p. 1–24, 2019.

LYONS, S. T.; DUXBURY, L.; HIGGINS, C. An empirical assessment of generational differences in basic human values. **Psychological reports**, v. 101, n. 2, p. 339–352, 2007.

LYONS, S. T.; SCHWEITZER, L. A qualitative exploration of generational identity: Making sense of young and old in the context of today's workplace. **Work, Aging and Retirement**, v. 3, n. 2, p. 209–224, 1 abr. 2017.

MAHMUTOVIC, J. **How Generational Differences Impact Survey Participation**. Disponível em: <https://www.surveylegend.com/customer-insight/generational-differences-in-surveys/>. Acesso em: 8 jun. 2023.

MALAR, J. P.; HERÉDIA, T. **Em 13º entre maiores economias, PIB do Brasil fica abaixo de média global**. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/em-13o-entre-maiores-economias-pib-do-brasil-fica-abaixo-de-media-global/#:~:text=Nos%20últimos%2010%20anos%2C%20entre,4%25%20de%20alta%20ao%20ano.>. Acesso em: 1 jun. 2023.

MALONI, M.; HIATT, M. S.; CAMPBELL, S. Understanding the work values of Gen Z business students. **The International Journal of Management Education**, v. 17, n. 3, p. 100320, 2019.

MANNHEIM, K. **THE PROBLEM OF GENERATIONS**. London: Routledge, 1952.

MATRAEVA, L. et al. Economic model of generation Z behavior. **Academic Journal of Interdisciplinary Studies**, v. 8, n. 3, p. 123–134, 2019.

MCCABE, B. J. Why buy a home? Race, ethnicity, and homeownership preferences in the United States. **Sociology of Race and Ethnicity**, v. 4, n. 4, p. 452–472, 2018.

MCINTYRE, C. News from somewhere: The poetics of Baby Boomer and Generation Y music consumers in tracking a retail revolution. **Journal of Retailing and Consumer Services**, v. 18, n. 2, p. 141–151, mar. 2011.

MILES, M. B.; HUBERMAN, A. M.; SALDAÑA, J. **Qualitative Data Analysis - A Methods Sourcebook**. 3. ed. Sage publications, 2014.

MILHOME, J. C.; ROWE, D. E. Gerações Brasileiras: uma proposta de classificações a partir de eventos históricos marcantes. **Anais do XLIV Encontro Nacional da Anpad, on-line: 14 a 16 de outubro**, 2020.

MOMOT, V.; LYTVYNENKO, O. Business hybridization in the financial sphere under the conditions of post-quarantine economic recovery. **Financial Internet Quarterly**, v. 17, n. 4, p. 70–90, 2021.

MUSSIDA, C.; SCIULLI, D.; SIGNORELLI, M. Secondary school dropout and work outcomes in ten developing countries. **Journal of Policy Modeling**, v. 41, n. 4, p. 547–567, 2019.

NAPOLI, A. Social media use and generational identity: Issues and consequences on peer-to-peer and cross-generational relationships–an empirical study. **Participations: Journal of Audience & Reception Studies**, v. 11, n. 2, p. 182–206, 2014.

NASCIMENTO, N. M. et al. O ESTUDO DAS GERAÇÕES E A INTELIGÊNCIA COMPETITIVA EM AMBIENTES ORGANIZACIONAIS. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, v. 6, p. 16–28, 2016.

NATIONAL ACADEMIES OF SCIENCES, E. A. M. ET AL. **Are generational categories meaningful distinctions for workforce management?** National Academies Press, , 2020.

NELSON, S.; DUXBURY, L. Breaking the mold: Retention strategies for generations X and Y in a prototypical accounting firm. **Human Resource Development Quarterly**, v. 32, n. 2, p. 155–178, 2021.

NELSON, T. D. **Handbook of prejudice, stereotyping, and discrimination**. Psychology Press, 2009.

NORTH, M. S.; FISKE, S. T. Act your (old) age: Prescriptive, ageist biases over succession, consumption, and identity. **Personality and Social Psychology Bulletin**, v. 39, n. 6, p. 720–734, 2013.

NORTH, M. S.; FISKE, S. T. Intergenerational resource tensions in the workplace and beyond: Individual, interpersonal, institutional, international. **Research in Organizational Behavior**, v. 35, p. 159–179, 2015.

PAPAVASILEIOU, E. F.; LYONS, S. T. A comparative analysis of the work values of Greece's 'Millennial' generation. **International Journal of Human Resource Management**, v. 26, n. 17, p. 2166–2186, 25 set. 2015.

PETTICREW, M.; ROBERTS, H. **Systematic Reviews in the Social Sciences: A Practical Guide**. John Wiley & Sons, 2008.

PETTIGREW, T. F. Intergroup contact theory . **Annual review of psychology**, v. 49, n. 1, p. 65–85, 1998.

PICHLER, S.; KOHLI, C.; GRANITZ, NEIL. A framework for leveraging the uniqueness of the new generation. **Business Horizons**, v. 64, n. 5, p. 599–610, 2021.

POLAT, S.; YILMAZ, Y. Barriers to intergenerational learning: a case of a workplace in Turkey. **Leadership & Organization Development Journal**, 2020.

PORTO, J. B.; TAMAYO, Á. Estrutura dos valores pessoais: a relação entre valores gerais e laborais. **Psicologia: teoria e pesquisa**, v. 23, p. 63–70, 2007.

POSTHUMA, R. A.; CAMPION, M. A. Age stereotypes in the workplace: Common stereotypes, moderators, and future research directions. **Journal of management**, v. 35, n. 1, p. 158–188, 2009.

RUPP, D. E.; VODANOVICH, S. J.; CREDE, M. Age bias in the workplace: The impact of ageism and causal attributions 1. **Journal of Applied Social Psychology**, v. 36, n. 6, p. 1337–1364, 2006.

SAUNDERS, M.; LEWIS, P.; THORNHILL, A. **Research methods for business students**. Pearson education, 2009.

SCHADY, N. et al. **Collapse and Recovery: How the COVID-19 Pandemic Eroded Human Capital and What to Do about It**. Disponível em: <https://openknowledge.worldbank.org/server/api/core/bitstreams/6fb17cf5-1fad-4147-b7bb-691f63c29541/content>. Acesso em: 17 maio. 2023.

SCHROTH, H. Are you ready for Gen Z in the workplace? **California Management Review**, v. 61, n. 3, p. 5–18, 2019.

SCHUMAN, H.; SCOTT, J. Generations and collective memories. **American sociological review**, p. 359–381, 1989.

SCHWAPPACH, D. L. B.; GEHRING, K. Silence that can be dangerous: A vignette study to assess healthcare professionals' likelihood of speaking up about safety concerns. **PLoS ONE**, v. 9, n. 8, 12 ago. 2014.

SCHWIEGER, D.; LADWIG, C. Reaching and retaining the next generation: Adapting to the expectations of Gen Z in the classroom. **Information Systems Education Journal**, v. 16, n. 3, p. 45, 2018.

SEKARAN, U.; BOUGIE, R. **Research Methods For Business: A Skill Building Approach**. Seventh ed. West Sussex, United Kingdom: Wiley & Sons, 2016.

SIIBAK, A.; MURUMAA-MENGEL, M. Compelled to be an outsider: how students on a social media detox self-construct their generation. **Compelled to be an outsider: how students on a social media detox self-construct their generation**, p. 263–275, 2019.

SILVA, R. C. DA et al. Gerações e comprometimento em diferentes contextos de gestão de pessoas no Brasil. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, v. 16, n. 1, p. 5–24, 30 abr. 2017.

STATNICKĖ, G. An expression of different generations in an organization: a systematic literature review. **Society. Integration. Education. Proceedings of the International Scientific Conference**, p. 273–291, 2019.

THARENOU, P.; DONOHUE, R.; COOPER, B. **Management research methods**. New York: Cambridge University Press, 2007.

TRÜLTZSCH-WIJNEN, C.; TRÜLTZSCH-WIJNEN, S. Using and Not Using Social Media: What Triggers Young People's Practices on Social Network Sites? Em: **Revitalising Audience Research**. Routledge, 2014. p. 186–204.

TSE. **Eleições 2022: crescem números de jovens e idosos aptos a votar**. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Julho/eleicoes-2022-crescem-numeros-de-jovens-e-idosos-aptos-a-votar>. Acesso em: 28 maio. 2023.

TUREEN, A.; SKARL, S. Assessing Generational Preferences in Characteristics of an Admired Leader Among Career Library Professionals. **Library Leadership & Management**, v. 34, n. 4, p. 1, 2020.

TURNER, J. C.; BROWN, R. J.; TAJFEL, H. Social comparison and group interest in ingroup favouritism. **European Journal of Social Psychology**, v. 9, n. 2, p. 187–204, 1979.

TWENGE, J. M. et al. Generational differences in work values: Leisure and extrinsic values increasing, social and intrinsic values decreasing. **Journal of Management**, v. 36, n. 5, p. 1117–1142, 2010.

TWENGE, J. M. **iGen: Por que as crianças de hoje estão crescendo menos rebeldes, mais tolerantes, menos felizes e completamente despreparadas para vida adulta**. São Paulo: nVersos, 2018.

TWENGE, J. M. More time on technology, less happiness? Associations between digital-media use and psychological well-being. **Current Directions in Psychological Science**, v. 28, n. 4, p. 372–379, 2019.

URICK, M. J. Exploring Generational Identity: A Multiparadigm Approach. **Journal of Business Diversity**, v. 12, n. 3, p. 103–115, 2012.

URICK, M. J. et al. Understanding and managing intergenerational conflict: An examination of influences and strategies. **Work, Aging and Retirement**, v. 3, n. 2, p. 166–185, 1 abr. 2017.

URICK, M. J.; HOLLENSBE, E. C. Toward an Identity-based Perspective of Generations. **Generational diversity at work: New research perspectives**, p. 114–128, 2014.

VAN ROSSEM, A. H. D. Generations as social categories: An exploratory cognitive study of generational identity and generational stereotypes in a multigenerational workforce. **Journal of Organizational Behavior**, v. 40, n. 4, p. 434–455, 2019.

VERDUYN, P. et al. Passive Facebook usage undermines affective well-being: Experimental and longitudinal evidence. **Journal of Experimental Psychology: General**, v. 144, n. 2, p. 480, 2015.

VINCENT, J. A. Understanding generations: Political economy and culture in an ageing society. **The British journal of sociology**, v. 56, n. 4, p. 579–599, 2005.

WALKER, S. Consulting with Children and Young People. **Int'l J. Child. Rts.**, v. 9, p. 45, 2001.

WELLER, W. A atualidade do conceito de gerações de Karl Mannheim. **Revista Sociedade e Estado**, v. 25, p. 205, 2010.

WILSON, J.; WHILE, A. E. Methodological issues surrounding the use of vignettes in qualitative research. **Journal of Interprofessional Care**, v. 12, n. 1, p. 79–86, 1998.

WORLD ECONOMIC FORUM. **The 5 calls-to-action from youth and young people at Davos 2023**. Disponível em: <https://www.globalshapers.org/news-updates/the-5-calls-to-action-from-youth-and-young-people-at-davos-2023>. Acesso em: 8 maio. 2023.

ZAMPONI, L. The "Precarious Generation" and the "Natives of the Ruins": The Multiple Dimensions of Generational Identity in Italian Labor Struggles in Times of Crisis. **American Behavioral Scientist**, v. 63, n. 10, p. 1427–1446, 1 set. 2019.

ZÁVODNÁ, L. S.; FALCH, T. **Teaching generation Snowflakes: new challenges and opportunities**. Prague: Oeconomica Publishing House, 2022.

APÊNDICE A – TCLE

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

Este é um convite para você participar da pesquisa "Explorando a formação da identidade geracional da Gen Z", a ser realizada pelos pesquisadores responsáveis: PATRICIA ALVES BRUNIDO e DARCY MITIKO MORI HANASHIRO (orientadora) da Universidade Presbiteriana Mackenzie.

Objetivo da pesquisa

Esta pesquisa pretende compreender quais fatores influenciam na formação da identidade geracional de trabalhadores pertencentes à Geração Z, uma vez que o pertencimento geracional influencia atitudes e comportamentos dos indivíduos nas organizações.

Público-alvo (participantes)

Profissionais com idades entre 18 e 28 anos.

Sua participação

Caso aceite participar, você será entrevistado(a) pela primeira pesquisadora. As entrevistas podem ter duração de aproximadamente uma hora. As entrevistas poderão ser online, pela plataforma Google Meet ou semelhante, ou presencialmente, em local a ser acordado previamente entre entrevistador e entrevistado. Ao final deste documento solicitamos sua autorização para gravação de voz e/ou imagem nas entrevistas.

Benefícios da pesquisa

Os resultados da pesquisa contribuirão para o avanço nos conhecimentos sobre formação da identidade geracional. Eles permitirão entender quais fatores influenciam a formação da identidade geracional, tópico pouco estudado na literatura de gestão. Em termos de benefício prático, os gestores das organizações poderão agir considerando as diferentes dimensões da identidade geracional.

Riscos da pesquisa

O risco envolvido na participação da pesquisa é mínimo. Eventualmente, você pode se sentir desconfortável em responder alguma pergunta da entrevista. Caso não deseje responder a uma ou mais perguntas, você poderá decidir não respondê-las ou até mesmo retirar o seu consentimento em participar da pesquisa, em qualquer momento, sem nenhum prejuízo.

Haverá a garantia de manutenção do sigilo e da privacidade dos participantes da pesquisa durante todas as fases da pesquisa.

Se ocorrer qualquer problema ou dano pessoal comprovadamente decorrente da participação nesta pesquisa, lhe será garantido o direito à solicitação de indenização determinada por lei.

Confidencialidade

As análises serão feitas de modo agregado (suas respostas serão analisadas em conjunto com as entrevistas de outras/os participantes), em nenhum momento sua identidade será revelada. Serão também resguardadas as premissas da Lei Geral de Proteção de Dados – no 13.709, de 14 de agosto de 2018 que dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais.

As informações obtidas nas entrevistas serão utilizadas neste estudo, em congressos e periódicos acadêmicos e profissionais.

Todas as informações coletadas nesta pesquisa ficarão armazenados pelo período mínimo de 5 anos, para que você possa decidir livremente sobre sua participação e sobre o uso de seus dados no momento e no futuro.

Acesso aos resultados da Pesquisa

Os participantes da pesquisa terão acesso aos resultados da pesquisa. Será feita uma devolutiva a ser efetuada por meio de relatório a ser encaminhado aos participantes após a defesa da dissertação, prevista para Setembro de 2023.

Contato

Em qualquer etapa do estudo você terá acesso aos pesquisadores responsáveis para o esclarecimento de eventuais dúvidas (Rua da Consolação, 930 - Prédio 45, térreo | São Paulo | SP | telefone: (11) 2114-8597, e contatos abaixo), e terá o direito de retirar seu consentimento para participar do estudo a qualquer momento, sem qualquer penalidade ou prejuízo.

Qualquer dúvida sobre a ética dessa pesquisa você deverá entrar em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Presbiteriana Mackenzie – CEP/UPM. Este comitê é um Colegiado interdisciplinar, com múnus público, de caráter consultivo, deliberativo e educativo, criado para defender os interesses dos participantes da pesquisa em sua integridade e dignidade, e para contribuir no desenvolvimento da pesquisa dentro de padrões éticos. O CEP/UPM está localizado na Rua da Consolação, 896 Ed. João Calvino, 4o andar, sala 400, telefone (55)(11) 2766-7615 e e-mail: cep@mackenzie.br. O horário de funcionamento do CEP é de 2a e 4a feira das 15:00 às 18:00 e 3a e 5a das 09:30 às 12:30, às 6as feiras não há atendimento.

Decisão sobre sua participação

Após ler este Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), por favor selecione a opção sim que representa seu desejo em participar desta pesquisa.

Nestes termos, agradecemos sua colaboração e contribuição para a geração do conhecimento.

Declaramos que obtivemos de forma apropriada e voluntária, o Consentimento Livre e Esclarecido deste/desta participante para a participação neste estudo. Declaramos ainda que nos comprometemos a cumprir todos os termos aqui descritos.

Patrícia Alves Brunido
Cel: (55) (11) 997006993
Email: patricia.brunido@mackenzista.com.br

Darcy Mitiko Mori Hanashiro
Cel: (55) (11) 996006007
Email: darcy.hanarshiro@mackenzie.br

☐ Declaro que li e entendi os objetivos deste estudo, e que as dúvidas que tive foram esclarecidas pelas pesquisadores. Estou ciente que a participação é voluntária e que, a qualquer momento, tenho o direito de obter outros esclarecimentos sobre a pesquisa e de retirar-me da mesma, sem qualquer penalidade ou prejuízo.

Você tem 18 anos ou mais? Sim ( ) Não ( )

Você aceita participar desta pesquisa? Sim ( ) Não ( )

Você concorda com a gravação de sua voz e imagem? Sim ( ) Não ( )

_____
Nome do participante da pesquisa

_____
Assinatura do participante da pesquisa

Data:_____/_____/ 2023

APÊNDICE B - VINHETA

Rafa mora em São Paulo e está participando de um processo de seleção para uma vaga na XYZ, uma empresa que atua no setor de tecnologia.

A primeira etapa consiste em entrevista com o RH da XYZ e o autopreenchimento de um teste psicológico que visa captar o perfil do candidato.

Durante a entrevista, Rafa se descreveu como uma pessoa realista, pragmática e de mente aberta. Diante da oportunidade de fazer perguntas sobre a XYZ, uma das questões de Rafa foi com relação às políticas de diversidade adotadas pela empresa.

Entre as características apontadas no relatório do teste psicológico, foi sugerido que Rafa é uma pessoa imediatista, individualista e não muito disposta a assumir riscos, mesmo quando acredita que está certa. O relatório também indicou que Rafa é ágil ao mudar de uma atividade para outra, porém se torna impaciente ao realizar atividades que requeiram o manuseio rotineiro e repetitivo de detalhes em um ritmo lento ou sistemático.

APÊNDICE C - ROTEIRO DE ENTREVISTA

*** TCLE assinado ☐

Nome:

Data:

Hora:

Introdução

- Me apresentar, agradecer e explicar o objetivo do estudo e a estrutura geral da entrevista
- Perguntar ao entrevistado se há alguma questão / dúvida.

Dados demográficos

1. Localidade Participante:
2. Gênero declarado:
3. Raça declarada:
4. Idade:
5. Grau de escolaridade e área de formação:
6. Vida escolar:
7. Estado civil:
8. Número de filhos:
9. Com quem mora:
10. Empresa onde trabalha / Setor:
11. Função atual:
12. Há quanto tempo trabalha na empresa?

1. Geração/Identificação

Apresentar uma **vinheta** com as características atribuídas normalmente a um jovem pertencente à chamada Geração Z.

a. Você se identifica com o personagem da vinheta?

- Se sim, com quais destas características você se identifica?
- Me fale por que você se identifica com as características citadas.
- Se não, por que não se identifica?

b. Com as pessoas de sua geração, em geral. o que vc acredita que tem em comum com elas?

c. E no que vc se considera diferente das pessoas de sua geração?

2. Influências - Explorar o contexto organizacional da empresa onde o entrevistado trabalha

Conte-me sobre a empresa em que você trabalha com relação a:

a. Oportunidades de crescimento, desenvolvimento, promoção
b. Colaboração entre as pessoas / trabalho em equipe
c. Faixa etária dos membros das equipes
    i. Da que o entrevistado faz parte,
    ii. De outras com as quais a equipe da qual o entrevistado faz parte interage

d. Percepção do entrevistado com relação às interações com pessoas da mesma idade e com pessoas mais velhas.
e. Me fale o que você considera mais importante no trabalho (que você mais valoriza)

3. Influências - Experiências compartilhadas

a. Comente sobre seu relacionamento com as pessoas que iniciaram no seu trabalho no mesmo dia que você, em termos de proximidade (ou passaram por algum treinamento junto etc.). De que forma essas pessoas influenciam a suas atitudes no trabalho?
b. O que você tem em comum com as pessoas com quem você mais se relaciona em sua vida fora do trabalho? Qual o papel dessas pessoas na sua vida?
c. Me conte sobre os eventos históricos (coletivos) que mais marcaram a sua vida até hoje.

4. Influências - uso de Tecnologia

Como a tecnologia digital influencia a sua vida pessoal e no trabalho? Quais ferramentas, aplicativos você mais utiliza, com que frequência e para quê?

5. Influências - Fatores culturais

a. Como você compara a linguagem (forma de se comunicar, uso de expressões e gíria) utilizada por pessoas de sua idade com a que pessoas de faixas etárias mais velhas utilizam?
b. Me conte sobre seu(s) estilo(s) de música favorito(s)? Você diria que esse estilo está vinculado, de alguma forma, exclusivamente a pessoas de sua idade? Explique como.

6. Influências – Contexto Extraorganizacional

Me conte se houve algum evento que você vivenciou que possa ter tido implicações na sua vida pessoal ou profissional.

7. Influências – Outras esferas

   a. Me conte o que significa para você família e o meio social no qual você convive.

   b. Me conte o que significa para você família

Encerramento

   a. Há algo mais que você gostaria de comentar sobre este tema?

   b. Alguma questão ou dúvida?

   a. Agradecer e confirmar a confidencialidade da entrevista.