



Sessão Temática ST4: Inovação, tecnologias e capacidades organizacionais e territoriais.

## COMPREENDENDO AS ASPIRAÇÕES DE CARREIRA: UM ESTUDO SOBRE A ESCOLHA, O SUCESSO E A EMPRESA IDEAL PARA JOVENS DA GERAÇÃO Z

COMPRENDER LAS ASPIRACIONES PROFESIONALES: UN ESTUDIO SOBRE LA ELECCIÓN, EL ÉXITO Y LA EMPRESA IDEAL PARA LA GENERACIÓN JOVEN Z

UNDERSTANDING CAREER ASPIRATIONS: A STUDY ON CHOICE, SUCCESS AND THE IDEAL COMPANY FOR YOUNG GENERATION Z

Édina Aparecida Sperandio dos Santos<sup>1</sup>, Paulo Ricardo Krüger Júnior<sup>2</sup>, Adriane Fabricio<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Especialista em Coaching e Gerenciamento de Pessoas.

<sup>2</sup> Mestrando em Desenvolvimento Regional no Programa de Pós- Graduação em Desenvolvimento Regional PPGDR/Unijuí. Bolsista Gratuidade Unijuí Parcial.

<sup>3</sup> Doutora em Administração (UFSM). Professora do PPGDR/Unijuí

**Palavras-chave:** Geração Z. Escolha de carreira. Atributos de sucesso. Empresa dos sonhos.

**Palabras clave:** Generación. Elección de carrera. Atributos de éxito. Empresa de ensueño.

**Keywords:** Generation Z. Career choice. Success attributes. Dream company.

## INTRODUÇÃO

Este artigo tem como objetivo compreender as aspirações de carreira dos estudantes da geração Z. Pois, a cada geração que passa, a personalidade e modos de pensar são diferentes, contudo a diferença vai além da idade, mas na vivência e experiência, sendo na vida pessoal ou profissional. Na vida pessoal, querem liberdade individual, não se preocupam com opiniões de outras pessoas e o relacionamento com a família está sendo virtual. Já na vida profissional, almejam evolução rápida, o desejo instantâneo de que as coisas se resolvam imediato, se posicionam com mais força, e o mais relevante não é apenas ter bons salários, mas um ambiente de trabalho agradável. Para as empresas, seguir tal ritmo requer inovação e um ambiente de trabalho agradável, que valorize seus colaboradores. A pesquisa foi realizada em 2 instituições diferentes, uma pública e uma privada, com 35 jovens de idades diferentes, do sexo feminino e masculino, alguns do ensino médio e outros de cursos profissionalizantes, os quais coincidem com a fase de desenvolvimento, no qual buscam conhecer melhor seus gostos, interesses e motivações.

## METODOLOGIA

Com o intuito de alcançar o objetivo proposto, foi realizado um estudo descritivo e quantitativo em duas instituições, uma pública e outra privada em Cruz Alta/RS. A amostragem do estudo é não probabilística, pois utilizou-se a técnica por acessibilidade e conveniência, que resultou na participação de 22 jovens da geração Z, os quais fazem parte do Programa Jovem Aprendiz, sendo realizada a coleta nos dias 03 a 09 de Julho de 2018, e 13 estudantes do 3º ano do Ensino Médio de Escola Estadual nos dias 06 a 09 de Agosto de 2018, totalizando 35 respondentes; sendo considerada esta a amostra do presente estudo.



Os questionários foram entregues e explicados aos professores responsáveis pelas turmas para a aplicar aos alunos, e com isso foi dado prazo de entrega máximo de uma semana para recolhimento. No que tange à estratégia de pesquisa, realizou-se um levantamento do tipo *Survey*, sendo que o questionário aplicado foi dividido em duas partes: 1ª) Identificação do perfil dos respondentes; 2ª) Aspirações de carreira que foram divididas em três partes, a saber: i) Escolha; ii) Sucesso e iii) Empresa dos sonhos. Assim, o instrumento de pesquisas contou com um total de 26 questões. Os dados obtidos do questionário foram organizados em planilhas do *Microsoft Excel*, gerando dados percentuais e médias apresentados em tabelas.

## DESENVOLVIMENTO GERAÇÃO Z E O TRABALHO

Alguns autores ressaltam que a geração Z é aquela surgida após a geração Y, afirmando que seus pertences nasceram a partir do ano de 1993 (FAGUNDES, 2011; LEVENFUS, 2002; MESSIAS, 2010; OBREGON *et al.*, 2016). Para McCrindle (2011), devido à nova definição de intervalo de gerações de 15 anos, o ano de 2009 marca o fim desta geração, dando início à próxima geração: Geração Alpha, nascidos a partir de 2010. Conforme os autores Freire Filho e Lemos (2008), essa geração é também conhecida por outras nomenclaturas exploradas pela mídia, como ‘Geração Digital’, ‘Geração Net’, ‘Geração Online’, ‘Geração Conectada’ e ‘Geração Ponto com’. McCrindle (2011) afirma que essa geração é artística e de fácil adaptação, pois tem intimidade com a mídia e as artes. Para o autor, a geração nasceu em meio à recessão global, e estão fadados a entrar na vida adulta em meio a uma turbulência econômica e social.

De acordo com Borges e Silva (2013), tem um conceito de mundo sem limites geográficos, pois tem muita facilidade e domínio com as novas tecnologias, e senso de urgência em conhecer e se conectar a todas as possibilidades de intercâmbio virtual. Com toda esta interação tecnológica, a Geração Z passa boa parte do tempo encerrada em seu mundo particular, muitas vezes sem conversar com ninguém, nem mesmo com os pais, o que causa carência dos benefícios decorrentes das relações interpessoais. Assim, encontram grande dificuldade em relação a hierarquia, gostam de trabalhar em organizações onde conseguem ter acesso imediato aos seus gestores, pois quando surge um problema ou dúvida esperam ter acesso imediato ao seu superior, e relacionam-se melhor com indivíduos que integram sua geração. Conforme Tapscott (2010), *apud* Boldrini e Lucena (2014), algumas das atitudes que diferenciam a ‘Geração Internet’ ou ‘Geração Z’ das demais gerações é a liberdade para experimentar coisas novas; customização dos produtos e das experiências de compra; escrutínio, sempre buscando checar informações; integridade como sinônimo de lealdade e transparência; colaboração, principalmente por meio de tecnologias digitais; entretenimento é associado a quase todas as experiências da vida, começar pelo trabalho; velocidade é uma expectativa natural para quem está acostumado a respostas instantâneas; inovação é um modo contínuo para a “Geração Internet”.

## MERCADO DE TRABALHO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL

Uma das características básicas do mercado de trabalho está relacionada à sua dinamicidade, que tende a ser traduzida por mudanças contínuas envolvendo os profissionais que o compõem, e também as relações trabalhistas que mantêm. Neste contexto entra a geração Z, uma das mais recentes modificações desse cenário. Por sua importância e atualidade, essa geração e as novidades que trouxe consigo, precisam ser consideradas por coordenadores, líderes de equipe e gestores.



Quem atua no mercado de trabalho certamente já presenciou situações em que há conflito de ideias, sentimentos ou interesses entre profissionais de diferentes idades. Essa diferença não precisa nem ser grande: bastam dez anos para que as mudanças de comportamento e opinião sejam notadas (Alves, 2015). Para Nogueira (2015), a questão é atuar com as fraquezas, fragilidades e diferenças, pois a percepção de que o mundo mudou, e o poder da comunicação tem impactado no ambiente, transformando comportamentos, e exigindo que as corporações possuam uma postura diferente. Essa geração das tecnologias, por nascer em tempos próspero, são diferentes das demais, dado que, são autoconfiantes, acreditam em si mesmo, almejam sucesso financeiro, independência pessoal, gostam de trabalhar em conjunto, bem como são imediatistas (Borges; Silva, 2013).

Os estudos de McCrindle (2011) e Obregon *et al.* (2016) afirmam que enquanto 1 pessoa em cada 4 da Geração X possui diploma universitário, esse número tende a ser de 1 em cada 3 da Y e a previsão é que seja 2 indivíduos a cada 1 da geração Z possuir diploma de ensino superior. Percebe-se então, que não só os estudantes mudaram, mas também as escolas, existindo políticas públicas de incentivo à educação. Em razão disso, torna-se importante abordar a escolha de carreira e âncoras de carreira, em vista de obter maior compreensão quanto às aspirações desses jovens. Esse incentivo a educação pode ser relacionado ao que Assis, Pussoli, Lacerda (1994) consideram pertencer ao desenvolvimento regional, entendendo como a obtenção de um meio, de uma situação, que possibilite a potenciação do ser humano para incutir no conceito de desenvolvimento regional a dependência da autoconfiança coletiva na capacidade para o aprimoramento na utilização de novos recursos, movimentar aqueles já existentes e agir em forma cooperativa e solidária, desde o próprio território

Para Carvalho e Gumbowsky (2018) a promoção do desenvolvimento regional não ocorre apenas pelo fator do crescimento econômico (que ao mesmo tempo, pode ocasionar desequilíbrios sociais quando não atinge alguns setores que promovem o bem estar social de uma população), mas a agregação de valor de recursos disponíveis e a exploração do capital humano e social. Dessa forma, o desenvolvimento regional não pode ser pensado a partir de olhares exclusivos, mas com tendências e enfoques abrangentes e até transdisciplinares.

## ASPIRAÇÕES DE CARREIRA

Para Nitz (2015), o jovem deve abraçar uma formação com a qual tenha afinidade, estudar assuntos que lhe despertem interesse e paixão. Se for assim, terá mais facilidade para aprender e se atualizar constantemente, construindo uma carreira brilhante. Testes vocacionais podem ajudar, mas nada substitui a investigação, a curiosidade e muita conversa para que o jovem se sinta minimamente confortável em optar por uma área. Superada a etapa da escolha da formação, outro desafio se estabelece, que é o da construção da carreira. Absorto nas tarefas que lhe são impostas no ambiente universitário, o estudante muitas vezes desperdiça oportunidades para começar a aperfeiçoar e desenvolver competências importantes para o mundo do trabalho. A capacidade de se comunicar eficientemente, a habilidade de trabalhar em equipe, a atitude proativa e o espírito empreendedor, sempre atento a oportunidades, são características muito importantes para qualquer profissional de sucesso, e que nem sempre são desenvolvidas na universidade. O universitário deve não só evoluir tecnicamente com o aprendizado de uma profissão, como deve amadurecer e preparar-se para se relacionar, colaborar e competir (Nitz, 2015).



Conforme Sendin (2018), da autenticidade e da satisfação nasce o sucesso. E daí a importância do propósito: os trabalhadores o usam como maneira de dar sentido às suas tarefas e entender as contribuições que fazem tanto para a companhia quanto para a sociedade. Diante de cada realidade, os sonhos limitam ou se ampliam. Podemos exemplificar com a vida profissional. O jovem que se prepara para o mercado de trabalho sonha que os conhecimentos adquiridos serão suficientes para resolver todos os problemas organizacionais, além de ser eternamente sustentadores de uma carreira bem-sucedida. A literatura atual demonstra uma transformação na configuração das carreiras. Opondo-se às carreiras tradicionais, apresentam-se as: ‘carreira sem fronteiras’ e ‘carreira proteana’. Onde era comum, aspirar a um emprego em uma única empresa por toda a vida (Cavazotte, 2012; Dalapria *et al.*, 2015).

A carreira sem fronteiras conhecida como trajetória profissional individual, foi fundada a partir de várias experiências de trabalho e constituída a partir da inserção em diferentes organizações. Iniciou-se o seu declínio nos anos 80, em consequência do processo de reestruturação produtiva, acarretando mudanças significativas que levaram a desmontar o surgimento dos novos desenhos de carreira. Prevendo em última instância, o desenvolvimento de uma relação independente entre organização e indivíduo, exigindo do mesmo a capacidade de decidir, constantemente, o caminho de desenvolvimento profissional (Arthur, Rousseau, 1996 *apud* Cavazotte, 2012; Dalapria *et al.*, 2015). Em contrapartida, a carreira proteana apresenta necessidade de frequentes mudanças no âmbito profissional. Seu conceito apresentado por Hall e Moss (1998), destaca a relação com o conceito de carreira sem fronteiras, em que se propõe a combinação de duas condições: a continuidade do relacionamento depende do desempenho do trabalhador, e a troca transacional é o resultado da capacidade de a organização oferecer oportunidades recompensadoras ao trabalhador. A meta é o que o profissional seja capaz de entender a organização como um todo, e as possibilidades de progressão além da trajetória vertical. Dessa forma, sendo condizente com um novo contrato psicológico, em que a segurança do longo prazo foi substituída pela volatilidade do curto prazo, habilidades para redirecionar carreiras e a capacidade de construir relações (Dalapria *et al.*, 2015; Hall, Moss, 1998 *apud* Cavazotte, 2012).

## ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A amostra investigada é referente a 35 indivíduos, sendo que 37,14% são estudantes de instituição pública e 62,86% são do Programa Jovem Aprendiz. O Programa Jovem Aprendiz foi criado pelo governo federal, incentivando que as empresas contratem os jovens que não tiveram oportunidade de trabalhar anteriormente de maneira formal. O candidato deve estar estudando e possuir idade mínima de 14 anos, estabelecida em lei (Blog Jovem Aprendiz, 2018). Percebe-se na pesquisa que há predominância do gênero masculino com 51,43% da amostra, idade entre 15 e 21 anos, sendo que a maioria é de 34,29% com 16 anos e 31,43% com 17 anos, o que representa que pertencem à geração Z, nascidos a partir do ano 1993 (Fagundes, 2011; Levenfus, 2002; Messias, 2010; Obregon *et al.*, 2016).

Os jovens foram questionados se trabalham ou não, em que 65,71% responderam que sim, e 34,29% não. Um dado interessante refere-se ao auxílio financeiro, 80% tem auxílio dos pais, e 2,86% de outro familiar, sendo que, só 17,14% são independentes. É provável que a maioria não seja independente financeiramente devido à idade, permanecendo mais envolvidos com os estudos do que com o trabalho.



Neste contexto, observa-se que as interações sociodemográficas e sócio profissionais constituem indivíduos pertencentes à geração Z, tanto pelo quesito idade, quanto, principalmente, em termos educacionais e profissionais, que apesar de estarem trabalhando, 80% ainda recebem auxílio dos pais.

Identificou-se entre os respondentes que a questão 2, a qual trata da escolha pelos interesses, habilidades e vocações pessoais, obteve-se a maior média, 4,66, ou seja, para esta amostra, estes motivos estão em primeiro lugar para definir sua carreira ou área de atuação. Em segundo lugar, com a média geral de 4,11 foi a (Q1), em que os profissionais já estão emergindo focados na busca constante de autonomia, e tendem a recuar perante qualquer ato de autoridade vertical (Lisboa, Santos, 2013; Rech *et al.*, 2017). Com menor expressão, média 3, destaca-se a variável Q3, indicando que não são influenciados por pessoas importantes, como pais e profissionais. Esse resultado mostra que o jovem tem em mente seus próprios objetivos, sem se preocupar com os auxílios das outras pessoas com mais conhecimentos e experiências. Isso pode ter relação com um dos traços desta geração recém-chegada ao mercado, que é a dificuldade de aceitar críticas. Como expõe Ribas (2017), outra característica da Geração Z é que, por serem de uma geração que já nasceu dentro de um universo digital, com acesso rápido às informações, podem ter dificuldades para desenvolver um raciocínio analítico e profundo, além de trazerem comportamento individualista.

Os atributos considerados com maior relevância para o sucesso na carreira profissional destes jovens têm relação com o principal motivo de escolha de carreira, assim, o indicador de maior representatividade refere-se a fazer aquilo que gosta (Q7), com média de 4,74. Neste sentido, o resultado obtido é constatado pela pesquisa realizada por Rosa (2018), pois os entrevistados disseram acreditar que fazer o que gosta é mais importante do que ganhar bem. Os nativos digitais são menos motivados por dinheiro que a Geração anterior a Y, e têm mais ambições empreendedoras. Com menor relevância, está a questão 13, com média de 3,91 que trata de os atributos de sucesso serem voltados ao impacto da sua carreira na vida de outras pessoas ou do país. Meyer (2018) afirma que os maiores problemas dessa geração são relacionados justamente à interação social. Paradoxalmente, por estarem tão conectados virtualmente, muitos deles sofrem com a falta de intimidade com a comunicação verbal, o que acaba por causar diversos problemas com as outras gerações.

Pode-se verificar com maior relevância dos atributos para a consolidação da empresa dos sonhos (ideal) está na questão 26, com 4,77, e refere-se a possibilidade de ter um ambiente de trabalho agradável, o que é sustentado por Peixer (2015), que afirma que esta geração prefere ter oportunidades de crescimento e um ambiente agradável de trabalho. Com a menor média ficou a questão 20, representando 4,17, e refere-se que, para os jovens dessa geração ter bons salários e benefício não são muito importantes. O tempo livre e relação familiar são pontos até mais importantes do que dinheiro e ascensão social, para essa juventude, salário alto e poder não bastam (Dialm, 2018).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo demonstrou pela teoria uma das características marcantes desses jovens é serem curiosos e famintos por informações de forma rápida e clara, o grande potencial está voltado para criação e a inovação. Identificou-se que a Geração Z almeja mais do que boa remuneração, pois buscam satisfazer seus interesses pessoais, fazer aquilo que gostam e trabalhar em um ambiente agradável.



Além disso, foi analisado o que adolescentes Geração Z deseja no mercado de trabalho. No que tange a escolha de carreira, o maior indicador de 4,66, quando for escolher a suas carreiras, será considerado os interesses, habilidades e vocação pessoal, a média geral de 3,69. Em relação a atributos para o sucesso, o indicador de maior representatividade refere-se a fazer aquilo que gosta como maior relevância de 4,74, com média geral de 4,38. Nos atributos para consolidação da empresa dos sonhos (ideal), o maior indicador de 4,77, direciona-se à possibilidade de ter um ambiente de trabalho agradável, na média geral de 4,46.

Portanto, as empresas devem estar preparadas para novos comportamentos, dado que, esses jovens são individualistas, e os gestores terão papel importante para ajudar no amadurecimento dessa nova geração; pois é uma geração que se valoriza muito e tem outros objetivos, almejam inovação, e as organizações terão que buscar mais informações sobre a Geração Z, em forma de *feedback*, livros, questionários e, principalmente, na *internet*.

## REFERÊNCIAS

- ALVES, M. **As gerações X, Y e Z no mercado de trabalho**. Disponível em: <https://www.catho.com.br/carreira-sucesso/carreira/as-geracoes-x-y-e-z-no-mercado-de-trabalho/>. Acesso em: 05 out. 2015.
- ARTHUR, M.; ROUSSEAU, D. **The Boundaryless Career: A New Employment Principle for a New Organizational Era**. New York: Oxford University Press, 1996.
- ASSIS, O. Q; PUSSOLI, L; LACERDA, V. A. Os direitos das pessoas portadoras de deficiência. São Paulo: Lúmen, 1994.
- BLOG JOVEM APRENDIZ. **Programa Jovem Aprendiz –Tudo sobre o Programa**. Disponível em: <https://jovemaprendizbr.com.br/programa-jovem-aprendiz-tudo-sobre> . Acesso em: 03 out. 2018.
- BOLDRINI, B. C.; LUCENA, W. L. Os desafios enfrentados pelas organizações atuais pela inserção da geração “Z” no mercado de trabalho. **Destarte**, v. 4, n. 2, p. 45-63, 2014.
- BORGES, M. L.; SILVA, A. G. **Implicações de um Cenário Multigeracional no Ambiente de Trabalho**: Diferenças, Desafios e Aprendizagem. Brasília: DF, 2013.
- CARVALHO, M. A. de; GUMBOWSKY, A. Políticas públicas e desenvolvimento regional: a inclusão da pessoa com deficiência no mercado de trabalho. **Revista Baru - Revista Brasileira de Assuntos Regionais e Urbanos**, Goiânia, Brasil, v. 5, n. 1, p. 114–134, 2018. DOI: 10.18224/baru.v5i1.7342. Disponível em: <https://seer.pucgoias.edu.br/index.php/baru/article/view/7342>. Acesso em: 13 set. 2024.
- CAVAZOTTE, F. S. C. N.; LEMOS, A. H. C.; VIANA, M. D. A. **Novas gerações no mercado de trabalho**: expectativas renovadas ou antigos ideais? Rio de Janeiro, 2012.
- DALAPRIA, N. T.; CAMARGO, D. R. J.; DEGRAF, D. M.; CALLEGARI, N. M. **A inserção da Geração Z no Mercado de Trabalho e o impacto causado nas organizações**. Gestão Estratégica: Tecnologia e o impacto nas organizações. Ponta Grossa- RS, 2015.
- DIALM, R. Como Fisgar a Geração Z. **Revista Você RH**. Edição 56, 2018.
- FAGUNDES, M. M. **Competência Informacional e Geração Z: um estudo de caso de duas escolas de Porto Alegre**. 105 p. Trabalho de Conclusão de curso biblioteconomia, da Faculdade



de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre: 2011.

FARIA, B. P. **Fatores que motivam os jovens da Geração Z nas organizações.** Universidade de Brasília Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade Departamento de Administração. Brasília- DF, 2016.

FEIXA, C.; LECCARDI, C. O conceito de geração nas teorias da juventude. **Revista Sociedade e Estado**, v. 25, n. 2, p. 185-204, 2010.

FREIRE FILHO, J.; LEMOS, J. F. Imperativos de Conduta Juvenil no século XXI: a “Geração Digital” na mídia impressa brasileira. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v. 5, n. 13, p. 11-25, 2008.

HALL, D.T.; MOSS, J.E. The new protean career contract: helping organizations and employees adapt. **Organizational dynamics**, v. 26, n. 3, p. 22-36, 1998.

LEVENFUS, R. S. Geração Zapping e o sujeito da orientação vocacional. In: LEVENFUS, R. S.; SOARES, D. H. P. **Orientação vocacional/ocupacional, novos achados teóricos, técnicos e instrumentais para a clínica, a escola e a empresa.** Porto Alegre: Artmed, 2002.

LISBOA, W. T.; SANTOS, W. P. **Características da Geração Z e suas influências na comunicação Organizacional.** In: XVIII Congresso de Ciência da comunicação na Região Sudeste, 2013.

MARQUES, J. R. **Quais são as principais qualidades profissionais que as empresas buscam no funcionário.** Disponível em: <https://www.jrmcoaching.com.br/blog/quais-sao-principais-qualidades-profissionais-que-empresas-buscam-no-funcionario/>. Acesso dia: 24 out. 2018.

MARTINS, T. H.; FLINK, R. **Competências para gerenciar diferentes gerações.** São Paulo, 2013.

MATTHEWMAN, J. **Os novos nômades globais.** São Paulo: Clio Editora, 2012.

MARTINS, H. T. **Gestão de carreiras na era do conhecimento:** abordagem conceitual e resultados de pesquisa. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

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

MESSIAS, M. **Identificação das âncoras de carreira de enfermeiros:** subsídios para a construção do percurso profissional. 137 p. Dissertação apresentada ao curso de Pós-graduação em Fundamentos e Práticas do Gerenciamento de Enfermagem (Mestrado) – Escola de Enfermagem, Universidade de São Paulo. São Paulo, 2010.

MOTTA, A. B.; WELLE, W. Apresentação: A atualidade do conceito de gerações na pesquisa sociológica. **Revista Sociedade e Estado**, v. 25, n. 2, 2010.

NITZ, M. **A escolha da profissão e a construção da carreira.** Jornal Diário do Grande ABC, 2015.

NOGUEIRA, R. consultora empresarial e especialista em RH. **As gerações X, Y e Z no mercado de trabalho.** Disponível em: <https://www.catho.com.br/carreira-sucesso/carreira/as-geracoes-x-y-e-z-no-mercado-de-trabalho/>. Acesso dia: 05 out. 2018.



NOVAES, T; BERTOLAZZI, M. A.; ZANANDREA, G.; CAMARGO, M. E. **Geração Z: Uma Análise sobre o Relacionamento com o Trabalho**. In: XVI MOSTRA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, PÓS- GRADUAÇÃO, PESQUISA E EXTENÇÃO. PROGRAMA DE PÓS – GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – UCS. Caxias do Sul-RS. Outubro, 2016.

OBREGON, S. L.; FACCO, A. L.R.; RODRIGUES, G. O.; MARCANATTO, D. A. B.; LOPES, L. F. D. **Geração Z: Compreendendo as Aspirações de Carreira de Estudantes de Escolas Públicas e Privadas**. **Revista de Administração**. Santa Maria - RS. Dezembro, 2016.

OLIVEIRA, S. **Conectados, mas muito distraídos**. São Paulo: Integrare. Edição 1.ano, 2014.

RECH, I. M.; VIÊRA, M. M.; ANSCHAU, C. T. **Geração Z, os nativos digitais: como as empresas estão se preparando para reter esses profissionais**. **Revista Tecnológica**, v. 6, n. 1, p. 152 - 166, 2017.

RIBAS, R. **Geração Z chega ao mercado de trabalho e muda vínculos**. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/geracao-chega-ao-mercado-de-trabalho-muda-vinculos-21437405>. Acesso em: 22 nov. 2018.

SABATINO, V. **O profissional do futuro das gerações Baby Boomer, X, Y e Z**. Disponível em: <https://www.tiespecialistas.com.br/o-profissional-futuro-das-geracoes-baby-boomer-x-y-e-z/>. Acesso em: 30 out. 2018.

SANTOS, I. C.; CIPULLA, J. D.; CESTARO, H. J.; AUGUSTO, R. B. B.. **Percepções sobre conflitos entre gerações no ambiente de trabalho: uma breve análise sobre os baby boomers e gerações subsequentes**. **Revista Científica Hermes**, n. 11, p. 26-46, 2014.

SANTOS, W. P.; LISBOA, W. T. **Características psicossociais e práticas de consumo dos “nativos digitais”: implicações, permanência e tendências na comunicação organizacional**. **Comunicação & Mercado**, vol. 03, n. 06, p. 98-110, 2014.

SENDIN, T. **E o trabalho do presente?** **VOCÊ RH. EDITORA ABRIL**. EDIÇÃO 56, 2018.

SILVA, R. C.; DUTRA, J. S.; VELOSO, E. F. R.; TREVISAN, L. N. **As gerações em distintos contextos organizacionais**. **Gestão & Regionalidade**, v. 30, n. 89, p. 128-141, 2014.

TAPSCOTT, D. **A hora da geração digital: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos**. (tradução de Marcelo Lino). Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010.

TIBA, I. **Ensinar Aprendendo: novos paradigmas da educação**. São Paulo: Integrare, 2006.

VERGARA, A. A. **Confronto de Gerações e o Mercado de Trabalho**. Terça 09/04/2013. Disponível em: <https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/conteudo/confronto/42844>. Acesso em: 23 out. 2018.