

Brasilian “digital natives” and their TICS learning practices Os “nativos digitais” brasileiros e suas práticas de aprendizado em relação as TICS

Abstract

The intense transformations suffered in the modern world since the mid-twentieth century, accompanied by the agility with which technology promotes changes in the daily lives of people in personal and professional aspects, result in constant and continuous changes in human behavior, especially in generation Z known as “digital natives”. With a profile that highlights their connection to the virtual world, speed and flexibility, these young people are multitasking and challenge pre-established educational models because they can create a new and superior way of thinking that opens up the possibility of learning in different ways. using technology. In this context, the purpose of this article is to know what is the profile, practices and behavior of young people of generation Z regarding technology, since it can be considered that the ICT (information and communication technologies) are already a reality in life. of this generation and if well implemented can enhance the learning process. For this, a descriptive exploratory research was conducted using the quantitative method, applying a questionnaire with 480 young people from 14 to 18 years old from the State of São Paulo. It was concluded that this generation has a behavior and practices that are directly linked to technology, which makes the educational models that do not contemplate the effective use of technologies are immediately reviewed.

Key Words: Digital natives, generation z, TICS, learning

Resumo

As intensas transformações sofridas no mundo moderno desde meados do século XX, acompanhadas da agilidade com que a tecnologia promove mudanças no cotidiano da vida das pessoas nos aspectos pessoal e profissional, geram por consequência constantes e contínuas mudanças no comportamento humano, em especial na geração Z conhecida como “nativos digitais”. Com um perfil que destaca a conexão com o mundo virtual, a velocidade e a flexibilidade, estes jovens são multitarefas e desafiam os modelos educacionais preestabelecidos, pois podem criar um novo e superior jeito de pensar, que lhe abre a possibilidade de aprender de diversas formas utilizando a tecnologia. Neste contexto, o objetivo deste artigo é conhecer quais é o perfil, as práticas e comportamento dos jovens da geração Z em relação a tecnologia, visto que pode-se considerar que as TICS (tecnologias de informação e comunicação) já são uma realidade na vida desta geração e se bem implementadas podem potencializar o processo de aprendizagem. Para isso foi realizada uma pesquisa exploratória descritiva com o método quantitativo, aplicando um questionário com 480 jovens de 14 a 18 anos do Estado de São Paulo. Concluiu-se que esta geração possui um comportamento e práticas que estão ligadas diretamente a tecnologia, o que faz com que sejam revistos de forma imediata os modelos educacionais que ainda não contemplas o uso eficaz das tecnologias.

Palavras-chave: nativos digitais, geração Z, TICS, aprendizado

Agências de Apoio: Um agradecimento a Consultoria Imago Capacitação e Gestão e ao Projeto Geração Zímagó pelo apoio e patrocínio na pesquisa.

Introdução

A geração Z, que engloba os nascidos a partir de 1995 e são conhecidos como os “nativos digitais” (Prensky, 2001), obrigou as demais gerações a repensarem os métodos de aprendizado até então utilizados nas escolas e universidades. Isso deve-se ao fato de que esses jovens apresentam um perfil diferente, destacando a forma como eles se relacionam com a tecnologia, já que não conhecem a vida antes da internet. Para Santaella (2003) eles surgem em uma época chamada de Sociedade Digital, que é o principal marco do Século XXI, e que consiste em um período de intensos e rápidos avanços tecnológicos que influenciam de forma direta o comportamento de todas as gerações, em especial a geração Z. Já Prensky (2010), corrobora com esta ideia ressaltando que as crianças de hoje já nascem em um mundo caracterizado pelas tecnologias e mídias digitais e teriam, portanto, seu perfil cognitivo de aprendizado alterado. Segundo o autor, elas teriam estruturas cerebrais diferentes e por isso esta geração é mais rápida, tendo como características mais marcantes além da velocidade, a conexão e interatividade. Eles têm a capacidade de prestar atenção em várias coisas ao mesmo tempo com o computador, o celular, vídeo game e às tecnologias em geral. São conhecidos também como geração silenciosa, pois estão com frequência usando seus fones de ouvido sempre com um *smartphone* na mão ou *tablet*. Sua forma de se comunicar também foi impactada pela tecnologia, fazendo com que eles usem muitos *emoticons* e abreviações, a fim de possibilitar uma maior agilidade na comunicação (Jubilato, 2009).

Dentre todas as características encontradas na geração Z aqui mencionadas, algumas merecem destaque e podem ser consideradas como o DNA desta geração, conforme ilustrado na Figura 1. A escolha destas características dar-se-á principalmente pelo fato delas terem sido apresentadas por diversos autores e especialistas na maioria dos trabalhos encontrados sobre o tema, bem como identificadas de forma empírica pela autora durante a sua trajetória profissional.

Figura 1 – DNA da Geração Z



Fonte: Desenvolvido pela própria autora

Diante do perfil dessa nova geração, torna-se desafiador o papel dos pais, educadores e líderes em relação ao desenvolvimento do comportamento dos jovens, a fim de prepará-los para enfrentar melhor os desafios da vida pessoal e profissional. Prensky (2010) afirma que há atualmente um claro “gap geracional” que dificulta ainda mais esta relação. Por este motivo, torna-se então ainda mais fundamental utilizar um modelo de aprendizagem que desperte o interesse e promova o engajamento dos jovens acerca do conhecimento necessário para eles enfrentarem os desafios da vida adulta nesta era digital. Para isso, faz-se necessário realizar uma transformação digital e cultural nas instituições de ensino, para que a tecnologia seja utilizada em benefício da educação, já que faz parte da vida desta geração. Porém vale mencionar, que ao discutir as particularidades que favorecem ou não a implementação de tecnologias de informação e comunicação (TICS) no processo de aprendizagem dos jovens, deve-se considerar que é algo que vai além de características e atributos, sendo considerado um fator institucional e social. Contudo é importante ressaltar a complexidade e dificuldade na adoção das TICS, por não se tratar somente de uma transposição de princípios e paradigmas da pedagogia tradicional aplicados a um ambiente virtual ou a alguma tecnologia específica. Ela vai além e deve ser implementada de forma planejada e estratégica (Caliari et al, 2017).

Sendo assim, frente a este cenário, a presente pesquisa tem como objetivo principal conhecer quais são as práticas e comportamento dos jovens da geração Z em relação a tecnologia, visto que pode-se considerar que as TICS (tecnologias de informação e comunicação) já são

uma realidade nas salas de aula e podem potencializar o processo de construção do conhecimento, tanto na educação quanto em outras áreas. Resta saber agora qual a melhor forma de utilizá-las para obter um resultado mais eficaz junto ao aprendizado destes jovens. Identificar o perfil dos “nativos digitais”, bem como seu comportamento e suas práticas relacionadas a tecnologia é o primeiro passo para que se abra o caminho para pesquisas futuras analisarem qual o melhor modelo de aprendizagem utilizando as TICS para esta geração. Por esta razão esta pesquisa torna-se ainda mais fundamental.

Metodologia

Foi realizada uma pesquisa exploratória descritiva, que tem como propósito proporcionar maior familiaridade com o tema, além de descrever as características de determinada população ou fenômeno (Gil, 2010). O método pode ser considerado também exploratório, não pelo tema TICS, mas sim pelo objeto do estudo pesquisado. Não foram encontradas pesquisas acadêmicas sobre o perfil do jovem da geração Z e a influência nas TICS no seu comportamento e práticas de aprendizagem no Brasil, somente no exterior. As pesquisas descritivas e exploratórias são as mais utilizadas pelos pesquisadores preocupados com a atuação na prática, além de serem as mais solicitadas pelas instituições educacionais e empresas comerciais (Gil, 2009).

Trata-se de uma pesquisa quantitativa, que tem por objetivo geral levantar os perfis dos jovens da geração Z relacionados a tecnologia com idade entre 14 e 18 anos no Estado de São Paulo em nível de Brasil. Para isso, o questionário utilizado na pesquisa foi desenvolvido com base na revisão da literatura, em relação à sua estrutura e conteúdo. A pesquisadora realizou um pré teste com seis jovens dentro do perfil do objeto de estudo, com o objetivo de verificar a compreensão das questões, identificar possíveis dificuldades e adequações. Esta análise foi feita através da reflexão falada dos itens. Após o pré teste, foi identificado no instrumento a necessidade de adequar a linguagem de algumas questões, para uma melhor clareza e compreensão dos jovens. Ele foi preenchido de forma presencial, através do questionário impresso, bem como teve previamente as assinaturas dos responsáveis legais nos termos solicitados e aprovados pela Plataforma Brasil.

A amostra probabilística foi calculada da seguinte forma:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{Z^2 \cdot p(1 - p) + e^2 \cdot (N - 1)}$$

Onde:

N = População brasileira com 14-18 anos, $N = 17.257.367$ (IBGE, 2018)

n = amostra calculada

p = probabilidade do evento, $p=0,5$ ou 50%

e = erro amostral (%), $e=0,05$ ou 5%.

Z = variável normal padronizada associada ao nível de confiança.

Para nível de confiança de 95% o $Z = 1,96$. A metodologia da amostra probabilística está baseada em Vieira (2011). Com todos os valores fornecidos acima temos $n = 384$ respondentes.

Para atingir a amostra necessária de 384 respondentes, a pesquisadora contou com o apoio de instituições educacionais particulares e públicas para aplicação do questionário junto aos seus alunos. Após o recebimento dos questionários, os dados das respostas foram transcritos e registrados em uma planilha no Excel que serviu como base de dados brutos e descarregados para as análises descritivas e estatísticas. Os resultados da pesquisa quantitativa foram tratados no programa estatístico R, objetivando o tratamento mais refinado dos dados coletados na pesquisa de campo.

As análises estatísticas utilizadas foram:

- Medidas descritivas para as variáveis que compõem o questionário com as principais medidas de posição, dispersão e tabelas de frequência (Almeida & Feire, 2008);
- Teste não paramétrico Qui-quadrado associando as variáveis segmentadas com as variáveis categóricas por pilar (Almeida & Feire, 2008).

Foram definidas como variáveis segmentadas o gênero e faixa etária, sendo posteriormente estudadas, a fim de verificar se possuem diferenças na sua relação com a tecnologia.

Resultados

Foram aplicados 481 questionários que contemplavam 12 questões relacionadas direta ou indiretamente com o tema comportamento e relação do jovem com a tecnologia mais as questões relacionadas aos dados sócio demográficos, para os alunos de três instituições educacionais particulares e três públicas no Estado de São Paulo no período de Agosto a Outubro de 2019, com o objetivo de conhecer quais são as práticas e comportamento dos jovens da geração Z em relação a tecnologia.

Com os resultados dos questionários aplicados tabulados foram realizadas a análise descritiva das 12 questões separadas em respostas contínuas/escalar e categóricas/nominais, bem como a aplicação do teste não paramétrico Qui-Quadrado para as questões com respostas categóricas associadas com o gênero e faixa etária.

Para facilitar o entendimento e melhorar a visualização da análise, as questões relacionadas direta ou indiretamente com o tema Tecnologia se encontram no Quadro 1.

Quadro 1 – Questões relacionadas ao tema Tecnologia

01 - Qual é a tecnologia que você mais utiliza no seu dia a dia?
--

02 - Qual a forma que você mais utiliza para estar atualizado/a com as notícias do Brasil e do mundo?

03 - Qual a rede social que você mais usa?
04 - Quanto tempo em média você utiliza a internet por dia?
05 - O que você mais gosta nas redes sociais?
06 - O que você menos gosta nas redes sociais?
07 - Qual tipo de canal do Youtube você mais assiste?
08 - Qual o recurso que você mais gosta de utilizar para aprender coisas novas?
09 - Qual a característica mais marcante do jovem de hoje?
10 - Qual hábito você tem que mais te atrapalha?
11 - O que você mais gosta de fazer no seu tempo livre?
12 - Qual a característica que mais incomoda nas gerações anteriores a sua?

Para auxiliar a análise descritiva e de associação, as questões foram segmentadas de acordo com o gênero e faixa etária.

Análise Descritiva Segmentada pelo Gênero

A análise descritiva se refere a aplicação das principais medidas estatísticas de posição. Devido as questões de os pilares propostos serem estruturadas de forma categórica, aplicou-se as medidas de frequência mais utilizadas (Frequência Simples, Frequência Relativa, Frequência Absoluta e Frequência Absoluta Relativa). Com essa análise, pretende-se explicar concentrações de opiniões/preferências a cerca de determinada características de cada pilar em função do gênero.

As tabelas de 1 a 4 foram elaboradas para facilitar a visualização, apresentando primeiro os resultados de forma geral e logo em seguida segmentados por gênero. Do mesmo modo para contribuir com um melhor entendimento da análise, as questões foram divididas em dois pilares: Comportamento e Relação direta com a tecnologia.

Tabela 1 – Frequência do total de respostas – Pilar Comportamento

	fi	fr (%)	Fi	Fr (%)
Pilar: comportamento				
Todos Respondentes				
Questão 09				
Fazer várias coisas ao mesmo tempo	171	35,6%	171	35,6%
Respeito Diversidade	137	28,5%	308	64,0%
Flexibilidade	80	16,6%	388	80,7%
Agilidade	64	13,3%	452	94,0%
Outros	29	6,0%	481	100,0%
Questão 10				
Deixar coisas para fazer depois	293	61,0%	293	61,0%
Uso excessivo do celular	122	25,4%	415	86,5%
Outros	32	6,7%	447	93,1%
Uso excessivo nas Redes Sociais	25	5,2%	472	98,3%
Comprar o que não utiliza por estar na Moda	8	1,7%	480	100,0%
Questão 11				
Sair com os amigos	154	32,0%	154	32,0%
Assistir séries e filmes	121	25,2%	275	57,2%
Ficar na internet	83	17,3%	358	74,4%

Outros	62	12,9%	420	87,3%
Ficar com a família	61	12,7%	481	100,0%

Questão 12

Preconceito	297	61,9%	297	61,9%
Habilidade em Tecnologia	64	13,3%	361	75,2%
Lentidão	53	11,0%	414	86,3%
Falta de Flexibilidade	46	9,6%	460	95,8%
Outros	20	4,2%	480	100,0%

*fi = Frequência simples; fr(%) = frequência relativa; Fi = Frequência Absoluta;
Fr(%) = Frequência Absoluta relativa

Para o pilar comportamento, constatou-se na questão 09 que a maior parte dos entrevistados possui como característica mais marcante conseguir fazer várias coisas ao mesmo tempo, o que confirma o que Prensky (2010) afirma sobre a flexibilidade que esta geração tem em lidar com diversas atividades e tecnologias. Segundo a pesquisa Millenium Branding e Randstad EUA realizada em 2014, 54% gostam de realizar várias tarefas ao mesmo tempo. Esta informação pode ser confirmada por outro dado do estudo MMA Mobile Report 2017, que relata que para as gerações mais novas o comportamento multi-telas é uma realidade e que o mobile está presente e é utilizado em todos os momentos do dia, inclusive junto a outras atividades. Filgueiras (2009) corrobora com esta ideia quando explica que o nome geração Z, vem de zapear, que é um comportamento característico desta juventude que muda de um canal para o outro, vai da internet para o telefone e consegue fazer várias coisas ao mesmo tempo. Sua maneira de pensar e visão de mundo foi influenciada diretamente pelo mundo veloz e sem fronteiras que a tecnologia criou.

Embora possa ser considerada esta uma característica positiva dos “nativos digitais”, a questão 10 mostra que de certa forma esta habilidade se mal administrada ou em exagero pode atrapalhar o jovem, já que a maioria tem a tendência a deixar as atividades para serem feitas depois, seguido do uso excessivo de celular. Um dos fatores que pode estar relacionado a esta má administração do tempo aliada a capacidade de fazer várias coisas ao mesmo tempo é a dificuldade que eles têm em escolher dentre as diversas opções de informação e conhecimento qual eles irão consumir e dedicar sua atenção. Prensky (2001) reforça esta ideia de que o grande volume de interação com a tecnologia faz com que os jovens de hoje pensem e processem as informações de forma distinta das gerações anteriores, ou seja, eles apresentam um modelo de pensamento diferente. Segundo ele, os nativos digitais consomem informação de forma rápida e gostam de processar mais de uma coisa por vez, realizando várias tarefas ao mesmo tempo, o que pode impactar na criação de hábitos que atrapalham a sua rotina, conforme indicou o resultado da questão 10.

Em relação ao que gostam de fazer no seu tempo livre apresentado na questão 11, embora a resposta com maior frequência tenha sido sair com os amigos, o que é comum já que na fase da adolescência a relação interpessoal com os amigos é muitas vezes mais intensa do que com a família (Papalia et. al. 2006), as respostas assistir séries e filmes e passar o tempo na internet somadas apresentou um maior resultado, totalizando 42,5%. Isso pode demonstrar que o lazer e atividades dos jovens estão preferencialmente ligados a tecnologia.

Para os jovens entrevistados a característica que mais incomoda nas gerações anteriores apresentada na questão 12 está ligada ao preconceito. Isso se deve ao fato de que a geração Z é a que defende mais arduamente o respeito a diversidade, sendo contrários a qualquer tipo

de preconceito, demonstrando ter a capacidade de empatia e flexibilidade, tanto de atitude quanto de pensamento (Patela, 2016). A segunda resposta com maior frequência nesta questão foi a falta de habilidade das gerações passadas com a tecnologia. Como os jovens desta geração são “nativos digitais” é compreensível eles terem dificuldade em entender que as gerações anteriores, também conhecidos como “imigrantes digitais” (Prensky, 2001), não possuem a mesma facilidade com a tecnologia como eles. Para Tapscott (2008), os jovens desta geração, chamada por ele de Net Generation, lidam com a tecnologia de uma forma natural, pois nasceram e cresceram cercados por todo o tipo de mídia digital. Diferente das demais gerações, que tiveram que se adaptar e aprender a “viver digitalmente”, eles não se intimidam pelo rápido avanço tecnológico.

Tabela 2 – Frequência do total de respostas – Pilar Relação direta com a tecnologia

	fi	fr (%)	Fi	Fr (%)
Pilar: Relação direta com a Tecnologia				
Todos Respondentes				
Questão 01				
Smartphone	409	85,2%	409	85,2%
Computador	45	9,4%	454	94,6%
TV	12	2,5%	466	97,1%
Outros	10	2,1%	476	99,2%
Tablet	4	0,8%	480	100,0%
Questão 02				
Internet	256	53,4%	256	53,4%
Redes Sociais	156	32,6%	412	86,0%
TV	60	12,5%	472	98,5%
Radio	6	1,3%	478	99,8%
Outros	1	0,2%	479	100,0%
Questão 03				
Instagram	230	47,8%	230	47,8%
Facebook	116	24,1%	346	71,9%
Outros	75	15,6%	421	87,5%
Twitter	55	11,4%	476	99,0%
Snapchat	5	1,0%	481	100,0%
Questão 04				
Até 1h	18	3,7%	18	3,7%
1h a 2h	30	6,2%	48	10,0%
2h a 3h	86	17,9%	134	27,9%
3h a 4h	107	22,2%	241	50,1%
Acima de 4h	240	49,9%	481	100,0%
Questão 05				
Conhecimento	210	43,8%	210	43,8%
Ver Amigos	164	34,2%	374	78,1%
Outros	73	15,2%	447	93,3%
Paquera	21	4,4%	468	97,7%
Mostrar o dia a dia	11	2,3%	479	100,0%
Questão 06				
Bullying	258	53,9%	258	53,9%

Discussões	74	15,4%	332	69,3%
Pessoas				
Indesejadas	71	14,8%	403	84,1%
Perder Tempo	53	11,1%	456	95,2%
Outros	23	4,8%	479	100,0%

Questão 07

Entretenimento	236	49,5%	236	49,5%
Comédia	82	17,2%	318	66,7%
Jogos	78	16,4%	396	83,0%
Outros	49	10,3%	445	93,3%
Cursos/Conteúdo	32	6,7%	477	100,0%

Questão 08

Youtube	209	43,5%	209	43,5%
Google	167	34,7%	376	78,2%
Redes Sociais	41	8,5%	417	86,7%
Livros	34	7,1%	451	93,8%
Cursos Presenciais	27	5,6%	478	99,4%
Outros	3	0,6%	481	100,0%

*fi = Frequência simples; fr(%) = frequência relativa;

Fi = Frequência Absoluta;

Fr(%) = Frequência Absoluta relativa

Para o pilar relação direta com a tecnologia, constatou-se que a grande maioria dos participantes da pesquisa escolheram o smartphone como sendo a tecnologia que mais utilizam, confirmando a importância que o celular tem na vida do jovem. Este alto resultado de 85,2% obtido na questão 01 está consoante com o que apontou a pesquisa Gen Z: Um olhar dentro de sua mentalidade móvel primeiro, publicada em 2017 pela Think with Google, portal de pesquisas e tendências da Google, onde informa que 78% dos jovens preferem utilizar a internet pelo seu smartphone.

Já a questão 02, demonstra que cada vez mais esta geração está deixando de lado a TV como fonte de conhecimento e informação. A maioria dos participantes da pesquisa respondeu que utiliza a internet e redes sociais para esta finalidade. Esta ideia complementa o resultado da questão 08 que demonstra que a geração Z busca informação nova preferencialmente pelo youtube e google, embora prefiram canais relacionados a entretenimento a conhecimento no youtube, de acordo com os resultados da questão 07. Neto (2010) corrobora com esta ideia quando comenta que eles preferem ter acesso a informação, tanto para aprendizado quanto para entretenimento, através do youtube e redes sociais, fazendo com que a Televisão se torne obsoleta e descartável. De acordo com o autor, é comum encontrar alunos, que estão entrando no Ensino Médio nas escolas do Brasil, que nunca leram um livro. Isso não os tornam menos inteligentes e sim somente confirma o fato de que a leitura, escrita e forma de aprendizagem tradicional não os atraem. Patela (2016) complementa ainda esta questão quando afirma que a forma mais utilizada por eles para procurar qualquer informação é pelo google. Se nas gerações anteriores o grande desafio era a busca por informação, para esta geração é saber selecionar e desenvolver uma perspectiva crítica acerca do “bombardeio” de múltiplas informações nas quais eles são submetidos diariamente.

A questão 03 demonstra que o Instagram é a rede social mais utilizada pelos jovens, seguido do Facebook. De acordo com os resultados da questão 05, os jovens da geração Z gostam de acessar as redes sociais preferencialmente para adquirir conhecimento e ver os amigos. Pode-se concluir que eles apresentam um comportamento mais de observadores do que realmente ativos nestas redes, que pode ser comprovado pelo menor resultado na resposta desta questão sobre mostrar o seu dia a dia. Ainda sobre a utilização das redes sociais, a questão 06 apresentou o bullying como o fator que eles menos gostam de ver nas redes sociais. Isso corrobora com a característica marcante de respeito à diversidade que esta geração possui, bem como deixa claro uma questão que merece a atenção de todos em relação a eles, que são os aspectos sócio emocionais. Esta preocupação deve-se principalmente ao fato do aumento de índice de suicídios e depressão nos jovens muitas vezes decorrentes do bullying. De acordo com dados da Organização Mundial da Saúde o suicídio é a segunda principal causa de morte entre jovens com idade entre 15 e 29 anos (OMS, 2018).

Sobre o tempo de permanência na internet, os resultados da questão 04 confirmaram o que outras pesquisas afirmam, de que esta geração passa mais de 4 horas por dia online. Segundo o estudo realizado pela MMA Mobile Report 2017, a geração Z brasileira passa em média 4h17 por dia na Internet no celular, sendo que 89% considera a internet indispensável na sua vida. Já a pesquisa Gen Z: Um olhar dentro de sua mentalidade móvel primeiro, publicada em 2017 pela Think with Google, portal de pesquisas e tendências da Google, aponta que os jovens passam mais de 3 horas por dia na internet assistindo a vídeos. Desta forma os resultados desta questão estão consoantes com as demais pesquisas já realizadas no Brasil e o mundo.

Tabela 3: Frequência de respostas referentes ao pilar comportamento segmentadas pelo gênero

Pilar: Comportamento	Feminino				Masculino			
	fi	fr (%)	Fi	Fr (%)	Fi	fr (%)	Fi	Fr (%)
Questão 09								
Fazer várias coisas ao mesmo tempo	96	34,9%	96	34,9%	75	36,4%	75	36,4%
Respeito Diversidade	93	33,8%	189	68,7%	44	21,4%	119	57,8%
Flexibilidade	36	13,1%	225	81,8%	44	21,4%	163	79,1%
Agilidade	34	12,4%	259	94,2%	30	14,6%	193	93,7%
Outros	16	5,8%	275	100,0%	13	6,3%	206	100,0%
Questão 10								
Deixar coisas para fazer depois	168	61,3%	168	61,3%	125	60,7%	125	60,7%
Uso excessivo do celular	71	25,9%	239	87,2%	51	24,8%	176	85,4%
Outros	17	6,2%	256	93,4%	15	7,3%	191	92,7%
Uso excessivo nas Redes Sociais	12	4,4%	268	97,8%	13	6,3%	204	99,0%
Comprar o que não utiliza por estar na Moda	6	2,2%	274	100,0%	2	1,0%	206	100,0%
Questão 11								
Assistir séries e filmes	89	32,4%	89	32,4%	32	15,5%	32	15,5%
Sair com os amigos	81	29,5%	170	61,8%	73	35,4%	105	51,0%
Ficar com a família	40	14,5%	210	76,4%	21	10,2%	126	61,2%
Ficar na internet	33	12,0%	243	88,4%	50	24,3%	176	85,4%
Outros	32	11,6%	275	100,0%	30	14,6%	206	100,0%
Questão 12								
Preconceito	189	69,0%	189	69,0%	108	52,4%	108	52,4%
Lentidão	25	9,1%	214	78,1%	28	13,6%	136	66,0%
Habilidade em Tecnologia	23	8,4%	237	86,5%	41	19,9%	177	85,9%
Falta de Flexibilidade	23	8,4%	260	94,9%	23	11,2%	200	97,1%
Outros	14	5,1%	274	100,0%	6	2,9%	206	100,0%

*fi = Frequência simples; fr(%) = frequência relativa; Fi = Frequência Absoluta; Fr(%) = Frequência Absoluta relativa

Em relação ao gênero, no pilar comportamento notou-se opiniões divergentes para a questão 11 uma vez que o sexo feminino prioriza atividades mais reservadas e relacionadas a tecnologia, como ver séries e filmes, em relação ao sexo masculino que valoriza mais o tempo com as suas amigas. Nas demais questões sobre comportamento não houve divergências de opiniões, porém houve diferenças significativas referentes a proporções de respondentes para cada sexo, ou seja, mesmo estando com opiniões sem divergências na maioria das questões, pode ocorrer diferenças nas proporções dos respondentes para uma mesma categoria.

Tabela 4: Frequência de respostas referentes ao pilar relação direta com a tecnologia segmentadas pelo gênero

Pilar: Tecnologia	Feminino				Masculino			
	fi	fr (%)	Fi	Fr (%)	fi	fr (%)	Fi	Fr (%)
Questão 01								
Smartphone	251	91,3%	251	91,3%	158	77,1%	158	77,1%
Computador	13	4,7%	264	96,0%	32	15,6%	190	92,7%
TV	4	1,5%	268	97,5%	8	3,9%	198	96,6%
Outros	4	1,5%	272	98,9%	6	2,9%	204	99,5%
Tablet	3	1,1%	275	100,0%	1	0,5%	205	100,0%
Questão 02								
Internet	135	49,5%	135	49,5%	121	58,7%	121	58,7%
Redes Sociais	104	38,1%	239	87,5%	52	25,2%	173	84,0%
TV	29	10,6%	268	98,2%	31	15,0%	204	99,0%
Radio	5	1,8%	273	100,0%	1	0,5%	205	99,5%
Outros	0	0,0%	273	100,0%	1	0,5%	206	100,0%
Questão 03								
Instagram	131	47,6%	131	47,6%	99	48,1%	99	48,1%
Facebook	58	21,1%	189	68,7%	58	28,2%	157	76,2%
Outros	45	16,4%	234	85,1%	30	14,6%	187	90,8%
Twitter	37	13,5%	271	98,5%	18	8,7%	205	99,5%
Snapchat	4	1,5%	275	100,0%	1	0,5%	206	100,0%
Questão 04								
Até 1h	9	3,3%	9	3,3%	9	4,4%	9	4,4%
1h a 2h	22	8,0%	31	11,3%	8	3,9%	17	8,3%
2h a 3h	40	14,5%	71	25,8%	46	22,3%	63	30,6%
3h a 4h	63	22,9%	134	48,7%	44	21,4%	107	51,9%
Acima de 4h	141	51,3%	275	100,0%	99	48,1%	206	100,0%
Questão 05								
Conhecimento	117	42,9%	117	42,9%	93	45,1%	93	45,1%
Ver Amigos	93	34,1%	210	76,9%	71	34,5%	164	79,6%
Outros	45	16,5%	255	93,4%	28	13,6%	192	93,2%
Paquera	9	3,3%	264	96,7%	12	5,8%	204	99,0%
Mostrar o dia a dia	9	3,3%	273	100,0%	2	1,0%	206	100,0%
Questão 06								
Bullying Pessoas	181	66,3%	181	66,3%	77	37,4%	77	37,4%
Indesejadas	33	12,1%	214	78,4%	38	18,4%	115	55,8%
Discussões	29	10,6%	243	89,0%	45	21,8%	160	77,7%
Perder Tempo	18	6,6%	261	95,6%	35	17,0%	195	94,7%
Outros	12	4,4%	273	100,0%	11	5,3%	206	100,0%
Questão 07								
Entretenimento	152	55,5%	152	55,5%	84	41,4%	84	41,4%
Comédia	53	19,3%	205	74,8%	29	14,3%	113	55,7%
Outros	32	11,7%	237	86,5%	17	8,4%	130	64,0%
Cursos/Conteúdo	20	7,3%	257	93,8%	12	5,9%	142	70,0%

Jogos	17	6,2%	274	100,0%	61	30,0%	203	100,0%
Questão 08								
Youtube	110	40,0%	110	40,1%	99	48,1%	99	48,1%
Google	91	33,1%	201	73,1%	76	36,9%	175	85,0%
Redes Sociais	31	11,3%	232	84,4%	10	4,9%	185	89,8%
Livros	22	8,0%	254	92,4%	12	5,8%	197	95,6%
Cursos Presenciais	19	6,9%	273	99,3%	8	3,9%	205	99,5%
Outros	2	0,7%	275	100,0%	1	0,5%	206	100,0%

*fi = Frequência simples; fr(%) = frequência relativa;

Fi = Frequência Absoluta;

Fr(%) = Frequência Absoluta relativa

Referente ao gênero notou-se opiniões divergentes somente no segundo maior motivo para a Questão 06, referente ao que menos gostam de ver na internet, uma vez que o segundo maior motivo para o sexo feminino são as pessoas indesejadas, já para o sexo masculino são as discussões. Todas demais questões, as opiniões caminham para um sentido semelhante, porém com diferenças significativas nas proporções entre os gêneros.

Análise Descritiva Segmentada pela faixa etária

Assim como a análise descritiva para a variável segmentada gênero, foi aplicada as frequências estatísticas (Frequência Simples, Frequência Relativa, Frequência Absoluta e Frequência Absoluta Relativa) para a segmentação pela faixa etária, com a finalidade de explicar concentrações de opiniões/preferências, a cerca de determinadas características em função da faixa etária para cada um dos pilares estudados.

Como os valores totais já foram mostrados anteriormente, serão apresentados abaixo os valores segmentados pela faixa etária divididos da seguinte forma: menor de 16 anos e maior ou igual a 16 anos.

As tabelas de 5 a 8 foram elaboradas para facilitar a visualização, apresentando os resultados de forma segmentada pela faixa etária. Do mesmo modo para contribuir com um melhor entendimento da análise, as questões foram divididas em dois pilares: Comportamento e Relação direta com a tecnologia.

Tabela 5: Frequência de respostas referentes ao pilar comportamento segmentadas pela faixa etária

Pilar: Comportamento	Menor de 16 anos				Maior Igual a 16 anos			
	fi	fr (%)	Fi	Fr (%)	fi	fr (%)	Fi	Fr (%)
Questão 09								
Fazer várias coisas ao mesmo tempo	71	32,4%	71	32,4%	100	38,2%	100	38,2%
Respeito Diversidade	64	29,2%	135	61,6%	73	27,9%	173	66,0%
Flexibilidade	37	16,9%	172	78,5%	43	16,4%	216	82,4%
Agilidade	27	12,3%	199	90,9%	37	14,1%	253	96,6%
Outros	20	9,1%	219	100,0%	9	3,4%	262	100,0%
Questão 10								
Deixar coisas para fazer depois	129	59,2%	129	59,2%	164	62,6%	164	62,6%

Uso excessivo do celular	54	24,8%	183	83,9%	68	26,0%	232	88,5%
Outros	17	7,8%	200	91,7%	15	5,7%	247	94,3%
Uso excessivo nas Redes Sociais	15	6,9%	215	98,6%	10	3,8%	257	98,1%
Comprar o que não utiliza por estar na Moda	3	1,4%	218	100,0%	5	1,9%	262	100,0%
Questão 11								
Assistir séries e filmes	57	26,0%	57	26,0%	64	24,4%	64	24,4%
Sair com os amigos	59	26,9%	116	53,0%	95	36,3%	159	60,7%
Ficar com a família	26	11,9%	142	64,8%	35	13,4%	194	74,0%
Ficar na internet	49	22,4%	191	87,2%	34	13,0%	228	87,0%
Outros	28	12,8%	219	100,0%	34	13,0%	262	100,0%
Questão 12								
Preconceito	123	56,2%	123	56,2%	174	66,7%	174	66,7%
Lentidão	34	15,5%	157	71,7%	19	7,3%	193	73,9%
Habilidade em Tecnologia	34	15,5%	191	87,2%	30	11,5%	223	85,4%
Falta de Flexibilidade	19	8,7%	210	95,9%	27	10,3%	250	95,8%
Outros	9	4,1%	219	100,0%	11	4,2%	261	100,0%

*fi = Frequência simples; fr(%) = frequência relativa; Fi = Frequência Absoluta; Fr(%) = Frequência Absoluta relativa

Referente a faixa etária notou-se opiniões divergentes para a questão 11 uma vez que os menores de 16 anos priorizam atividades que envolvem a internet em detrimento aos maiores de 16 anos que dedicam mais o seu tempo para as amizades. Nas demais questões sobre comportamento não houve divergências de opiniões entre as faixas etárias pesquisadas.

Tabela 6: Frequência de respostas referentes ao pilar relação direta com a tecnologia segmentadas por faixa etária

Pilar: Tecnologia	Menor de 16 anos				Maior Igual a 16 anos			
	fi	fr (%)	Fi	Fr (%)	fi	fr (%)	Fi	Fr (%)
Questão 01								
Smartphone	181	82,6%	181	82,6%	228	87,4%	228	87,4%
Computador	22	10,0%	203	92,7%	23	8,8%	251	96,2%
TV	7	3,2%	210	95,9%	5	1,9%	256	98,1%
Outros	8	3,7%	218	99,5%	2	0,8%	258	98,9%
Tablet	1	0,5%	219	100,0%	3	1,1%	261	100,0%
Questão 02								
Internet	108	49,3%	108	49,3%	148	56,9%	148	56,9%
Redes Sociais	75	34,2%	183	83,6%	81	31,2%	229	88,1%
TV	32	14,6%	215	98,2%	28	10,8%	257	98,8%
Radio	3	1,4%	218	99,5%	3	1,2%	260	100,0%
Outros	1	0,5%	219	100,0%	0	0,0%	260	100,0%
Questão 03								
Instagram	114	52,1%	114	52,1%	116	44,3%	116	44,3%
Facebook	49	22,4%	163	74,4%	67	25,6%	183	69,8%
Outros	34	15,5%	197	90,0%	41	15,6%	224	85,5%
Twitter	19	8,7%	216	98,6%	36	13,7%	260	99,2%
Snapchat	3	1,4%	219	100,0%	2	0,8%	262	100,0%
Questão 04								

Até 1h	8	3,7%	8	3,7%	10	3,8%	10	3,8%
1h a 2h	10	4,6%	18	8,2%	20	7,6%	30	11,5%
2h a 3h	39	17,8%	57	26,0%	47	17,9%	77	29,4%
3h a 4h	48	21,9%	105	47,9%	59	22,5%	136	51,9%
Acima de 4h	114	52,1%	219	100,0%	126	48,1%	262	100,0%
Questão 05								
Conhecimento	91	41,6%	91	41,6%	119	45,8%	119	45,8%
Ver Amigos	74	33,8%	165	75,3%	90	34,6%	209	80,4%
Outros	37	16,9%	202	92,2%	36	13,8%	245	94,2%
Paquera	13	5,9%	215	98,2%	8	3,1%	253	97,3%
Mostrar o dia a dia	4	1,8%	219	100,0%	7	2,7%	260	100,0%
Questão 06								
Bullying	121	55,8%	121	55,8%	137	52,3%	137	52,3%
Pessoas								
Indesejadas	28	12,9%	149	68,7%	43	16,4%	180	68,7%
Discussões	36	16,6%	185	85,3%	38	14,5%	218	83,2%
Perder Tempo	23	10,6%	208	95,9%	30	11,5%	248	94,7%
Outros	9	4,1%	217	100,0%	14	5,3%	262	100,0%
Questão 07								
Entretenimento	93	43,1%	93	43,1%	143	54,8%	143	54,8%
Comédia	37	17,1%	130	60,2%	45	17,2%	188	72,0%
Outros	26	12,0%	156	72,2%	23	8,8%	211	80,8%
Cursos/Conteúdo	12	5,6%	168	77,8%	20	7,7%	231	88,5%
Jogos	48	22,2%	216	100,0%	30	11,5%	261	100,0%
Questão 08								
Youtube	102	46,6%	102	46,6%	107	40,8%	107	40,8%
Google	72	32,9%	174	79,5%	95	36,3%	202	77,1%
Redes Sociais	18	8,2%	192	87,7%	23	8,8%	225	85,9%
Livros	16	7,3%	208	95,0%	18	6,9%	243	92,7%
Cursos Presenciais	11	5,0%	219	100,0%	16	6,1%	259	98,9%
Outros	0	0,0%	219	100,0%	3	1,1%	262	100,0%

*fi = Frequência simples; fr(%) = frequência relativa; Fi = Frequência Absoluta; Fr(%) = Frequência Absoluta relativa

Referente a faixa etária notou-se opiniões divergentes nos primeiros resultados somente para a Questão 07 referente ao tipo de canal de preferência no Youtube, sendo os menores de 16 anos com predileção a canais com conteúdos de jogos, em relação aos maiores de 16 anos que preferem os canais de entretenimento. Em relação a questão 06 sobre o que menos gostam nas redes sociais, houve divergência no segundo resultado, que apontou que os menores de 16 anos se incomodam mais com as discussões em comparação com os maiores de 16 anos que apontaram a opção relacionada as pessoas indesejadas. Todas demais questões, as opiniões caminham para um sentido semelhante, porém com diferenças significativas nas proporções entre as faixas etárias.

Conclusões

Diante de toda revisão bibliográfica sobre a geração Z e sua relação com a tecnologia, bem como os resultados da pesquisa, pôde-se identificar de forma geral quais as principais características, comportamento e relação direta com a tecnologia dos jovens “nativos digitais”. Observou-se que a presente pesquisa confirmou a maioria das informações encontradas no referencial bibliográfico, porém acrescentou alguns dados importantes e que merecem ser melhor estudados em artigos futuros.

O jovem da geração Z possui um perfil bem diferente das gerações anteriores. Por serem os únicos “nativos digitais” seu comportamento, hábitos e práticas são influenciados diretamente pela tecnologia. Como características mais marcantes, algumas merecem destaque, tais como: Conexão com o mundo virtual, velocidade, respeito a diversidade, flexibilidade, interatividade e multitarefas. O perfil desta geração está relacionado diretamente com a tecnologia e influencia de forma significativa suas práticas de aprendizagem. Diante deste cenário, as instituições educacionais precisam se adequar o mais rápido possível para implementar de forma eficaz e estratégica as TICS em seus modelos de aprendizagem.

Os resultados da pesquisa confirmaram também o tempo que o jovem desta geração dedica na internet (acima de 4 horas por dia), seja para o seu lazer e entretenimento ou para buscar conhecimento. Sob este aspecto as variáveis analisadas na pesquisa gênero e faixa etária apresentaram resultados semelhantes, reforçando a importância que a tecnologia tem na vida dos “nativos digitais” independente do sexo ou faixa etária. Um fator da pesquisa que merece destaque aqui é que o sexo feminino e os menores de 16 anos priorizam atividades relacionadas a tecnologia no seu tempo livre, em detrimento ao sexo masculino e dos maiores de 16 anos, que preferem passar o tempo com os seus amigos. De forma geral, sob a ótica da comparação entre os resultados das variáveis gênero e faixa etária não se observou diferenças significativas, exceto as já mencionadas.

Em complemento a contribuição da confirmação de que o jovem brasileiro possui um perfil semelhante ao encontrado na literatura proveniente de pesquisas anteriormente realizadas no âmbito mundial, a maior contribuição desta pesquisa pode dar-se-á em resumo pelos seguintes aspectos detectados nos resultados:

- a) A geração Z busca estar atualizado com informação e conhecimento preferencialmente através da tecnologia (internet e redes sociais);
- b) A geração Z escolhe aprender coisas novas preferencialmente utilizando recursos tecnológicos (google e youtube);
- c) A geração Z possui hábitos que atrapalham o seu dia a dia como a procrastinação e o uso excessivo de celular;
- d) A geração Z se sente incomodada com o preconceito e a falta de habilidade com a tecnologia das gerações anteriores;
- e) A rede social que a geração Z utiliza com mais frequência é o Instagram, sendo o bullying o que eles menos gostam de ver;

- f) O sexo feminino da geração Z prioriza atividades mais reservadas e relacionadas a tecnologia, como ver séries e filmes, em relação ao sexo masculino que valoriza mais o tempo com as suas amizades;
- g) Os menores de 16 anos da geração Z priorizam atividades que envolvem a internet em detrimento aos maiores de 16 anos que dedicam mais o seu tempo para as amizades;
- h) Os menores de 16 anos da geração Z preferem ver no youtube os canais com conteúdos de jogos, em relação aos maiores de 16 anos que preferem os canais de entretenimento.

Recomendações

O conhecimento adquirido nesta pesquisa, pode contribuir para estudos futuros que busquem analisar, diante do perfil e práticas relacionadas a tecnologia desta geração já identificados, qual o modelo ideal de aprendizagem para a geração Z e como utilizar as TICS no processo de educação destes jovens. Visto que a tecnologia faz parte da vida do jovem e não há como excluí-la do processo de aprendizagem, recomenda-se as instituições educacionais que analisem seus modelos atuais e preparem seus professores, que são de gerações anteriores, portanto considerados “imigrantes digitais” a utilizarem as TICS em suas aulas de forma eficiente.

Concomitante a este propósito, recomenda-se que amplie a amostra da pesquisa realizada, para outras regiões brasileiras, para que seja possível avaliar também as variáveis regional e sócio econômica. Por fim, incentiva-se a adoção por parte dos pais, educadores e líderes de uma comunicação e relacionamento com os jovens da geração Z de acordo com o seu perfil aqui já detalhado, a fim de obter um maior engajamento deles quanto ao processo de aprendizagem e por consequência capacitá-los para serem adultos mais preparados para enfrentarem os desafios da vida pessoal e profissional

Referência Bibliográfica

Almeida, L. S , & Feire, T. (2008). Metodologia da Investigação em Psicologia e Educação. (5ª edição). Braga: Psiquilíbrios edições. Anderson, D. R.; Sweeney, D. J.; Williams, T. A. (2007). Estatística aplicada à administração e economia. (2. ed.). São Paulo: Editora Cengage Learning.

Caliari, K.V., et al. (2017) Tecnologias da informação e comunicação como inovação no ensino superioro presencial: uma análise das variáveis que influenciam na sua adoção. REGE – Revista de Gestão. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1016/j.rege.2017.05.003>

Filgueiras, L. Apis. (2009). Método para Desenvolvimento de Interfaces Homem-Computador em Sistemas de Segurança Visando a Confiabilidade Humana. São Paulo: USP.

Folha informativa suicídio (2018, Agosto). Brasília: Organização Mundial da Saúde (OMS). Disponível em:

https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=5671:folha-informativa-suicidio&Itemid=839

Gen Z: Um Olhar Dentro de Sua Mentalidade Móvel Primeiro [Pdf]. (2017, março). Mountain View: Think with Google.

Gen Y vs Gen Z Workplace Expectations. (2014, setembro). Nova York: Millennial Branding e Randstad USA 2014.

Gil, A.C. (2009). Métodos e técnicas de pesquisa social. 6.ed. São Paulo: Atlas. p. 28.

Gil, A. C. (2010). Como elaborar projetos de pesquisa. 5. ed. São Paulo: Atlas. p. 184.

IBGE. (2018). Diretoria de Pesquisas. Coordenação de População e Indicadores Sociais. Gerência de Estudos e Análises da Dinâmica Demográfica. Projeção da população do Brasil e Unidades da Federação por sexo e idade para o período 2010-2060.

Jubilato, L. C. (2009). Tele criar: a Geração Z.

MMA Mobile Report[online]. (2017, October). Nova York: MMA Mobile Marketing Association.

Neto, E. e. (2010). Os professores e os desafios pedagógicos diante das novas gerações: considerações sobre o presente e futuro. *Revista da Educação do COGEIME – Ano 19 – n.36*, pp. 9-25.

Patela, N. (2016, maio). O perfil geracional dos alunos de hoje - Repto à Emergência de novas Teorias Educativas. *E-Revista de Estudos Interculturais do CEI - ISCAP*, 4.

Papalia, D, et al. (2006). *Desenvolvimento humano*. 8.ed. Porto Alegre: Artmed. p.474.

Prensky, M. Digital Native, digital immigrants. *On the orizon*. (2001, outubro). MCB University Press, Vol.9 N5. Disponível em:
<http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>

Prensky, M. (2010). Não me atrapalhe, mãe – Eu estou aprendendo! São Paulo: Phorte. p. 320.

Santaella, L. (2003). *Cultura e Artes do Pós-Humano: Da Cultura das Mídias à Cibercultura*. São Paulo: Paulus.

Tapscott, D. (2008). *Grown Up Digital: how the net generation is changing your world* (1ª ed.). Nova Iorque: McGraw-Hill.

Vieira, S. (2011). *Introdução à bioestatística* (4.ed. ed.). Rio de Janeiro: Elsevier.

