

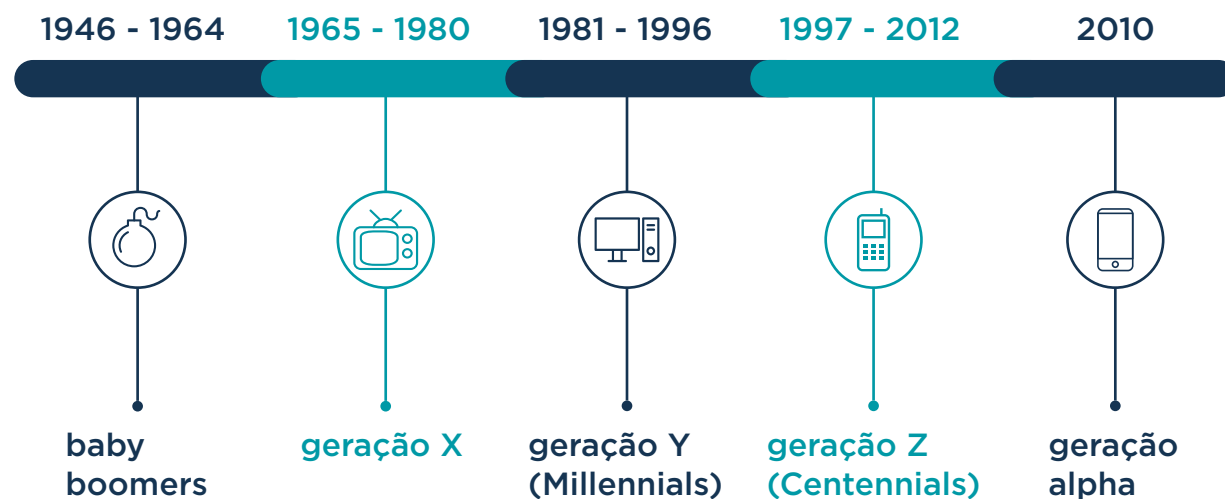


**AS GERAÇÕES  
E SUAS FORMAS  
DE APRENDER**

Conheça o perfil de cada geração e  
como elas preferem se capacitar

# INTRODUÇÃO

O momento socioeconômico e histórico influencia diretamente o comportamento das pessoas. É aí que entram as gerações<sup>1</sup>, diferentes períodos da história<sup>2</sup> que impactam na maneira como jovens, adultos e idosos consomem, trabalham e aprendem.



Cada geração possui características próprias e formas diferentes de adquirir conhecimento. Sua relação com a tecnologia também é distinta, o que impacta na escolha de ferramentas para aprendizado. Conhecer as diferenças e as peculiaridades de cada geração, portanto, pode impactar nas escolhas para o desenvolvimento dentro da empresa.

Confira a seguir os detalhes de cada geração e suas tendências comportamentais.



<sup>1</sup> Não há um consenso em relação às datas de nascimento de cada geração. Em algumas fontes, poderão ser encontradas datas diferentes e, por isso, as divisões variam. As citadas acima são utilizadas pelo [Pew Research Center](#) e convencionalmente adotadas neste e-book.

<sup>2</sup> As divisões por anos também não são completamente determinantes para o comportamento de uma geração específica, pois uma pessoa nascida no início do período pode apresentar comportamento semelhante ao da geração anterior.



**BABY BOOMERS**

# BABY BOOMERS

## FORÇA DE TRABALHO E DEDICAÇÃO



**NASCIDOS ENTRE  
1946 - 1964.**



**HOJE POSSUEM ENTRE  
56 E 74 ANOS.**

### O QUE VIRAM:

○ Guerra do Vietnã.



○ A explosão do rock and roll.



○ Surgimento da TV em cores.





## PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS:

- São leais e comprometidos.
- São competitivos, contestadores e focados em resultados.
- Aprenderam a lidar com os avanços tecnológicos, mas de uma forma mais gerencial do que aplicada à mudança de hábitos.
- Utilizam seus *devices* para fins mais tradicionais, como fazer ligações ou navegar pela internet.



## MERCADO DE TRABALHO:

um emprego para a vida toda. Valorizam a ascensão profissional e prezam pela estabilidade financeira.



## DEVICE:

se em 2015 o *device* mais utilizado era o laptop, desde 2017 passou a ser o smartphone. Prova disso é que 85% possuem celulares e 65% possuem computadores.



## REDE SOCIAL PREFERIDA:





## COMO APRENDEM:


- São bastante consumidores e inovadores, portanto, estão sempre atentos às movimentações do mercado. Por essa razão, na maioria das vezes, estão em cargos de diretoria e gerência nas empresas.
- Possuem raciocínio linear, ou seja, focam na aprendizagem com início, meio e fim, como se fosse a leitura de um livro.
- Preferem ler e seguir programas de ensino tradicionais.
- Como tiveram contato tardio com a internet, geralmente estabelecem uma relação de descoberta com as novas tecnologias.
- Dão grande importância ao treinamento, principalmente relacionado a tecnologias.



## ESTRATÉGIAS DE CAPACITAÇÃO E TREINAMENTO:

Investir em treinamentos no modelo *blended learning* pode ser a melhor estratégia para esse grupo. A capacitação semipresencial vai proporcionar momentos de leitura e discussão em grupo, mas também vai propor a interação *online* com o conteúdo.





**—**  
**GERAÇÃO X**

# GERAÇÃO X

## FORÇA, FOCO E APOSENTADORIA



**NASCIDOS ENTRE  
1965 - 1980.**



**POSSUEM ENTRE  
40 E 55 ANOS.**

### ○ QUE VIRAM:

○ Golpe militar de 1964.



○ Neil Armstrong pisar na lua.



○ Surgimento do computador pessoal, da internet, do celular e do e-mail.







## PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS:

- São independentes e empreendedores.
- Valorizam a estabilidade.
- Um pouco resistentes a mudanças.
- Geração equilibrada, que não se precipita na tomada de decisões.
- Tiveram que aprender a usar internet quando o mundo ainda era *off-line*. Não são nativos digitais, mas são experientes e dedicados.



## MERCADO DE TRABALHO:

buscam a ascensão profissional. Como estão próximos da aposentadoria, buscam aprimorar suas habilidades para conseguir resultados efetivos.



## DEVICE:

desktop. Os meios de comunicação favoritos são e-mail e telefone.



## TEMPO CONECTADO NO MOBILE:

5,4 horas





## REDE SOCIAL PREFERIDA:



## COMO APRENDEM:

- Adaptam-se rapidamente às tecnologias.
- Utilizam recursos tecnológicos, mas prezam pelo consumo de informação de uma forma híbrida (*online e offline*).
- Valorizam a flexibilidade e a aprendizagem colaborativa, com a partilha de conteúdos e o envolvimento das pessoas por meio de comentários.



## ESTRATÉGIAS DE EDUCAÇÃO DIGITAL:

Essa geração busca informação, flexibilidade e a possibilidade de atuar de forma colaborativa.

Com o uso de smartphones, redes sociais e o incentivo ao autoaprendizado *online*, cria-se um novo jeito de pensar, que pode ser incorporado em estratégias educacionais.

Ambientes de aprendizado virtuais, como [LMS](#) ou [LXP](#) podem oferecer a flexibilidade e a rapidez que essa geração tanto busca no desenvolvimento de suas habilidades.

A woman with blonde hair is shown in profile, wearing large black headphones. She is looking down at a tablet computer she is holding in her hands. The scene is dimly lit, with several out-of-focus warm lights in the background, creating a bokeh effect. In the top left corner, there is a large yellow circle. In the bottom left corner, there is a blue circle. The overall mood is focused and modern.

**—**  
**GERAÇÃO Y  
(OU MILLENNIALS)**

# GERAÇÃO Y (OU MILLENNIALS)

## DINHEIRO NÃO É TUDO!



**NASCIDOS ENTRE  
1981 E 1998.**



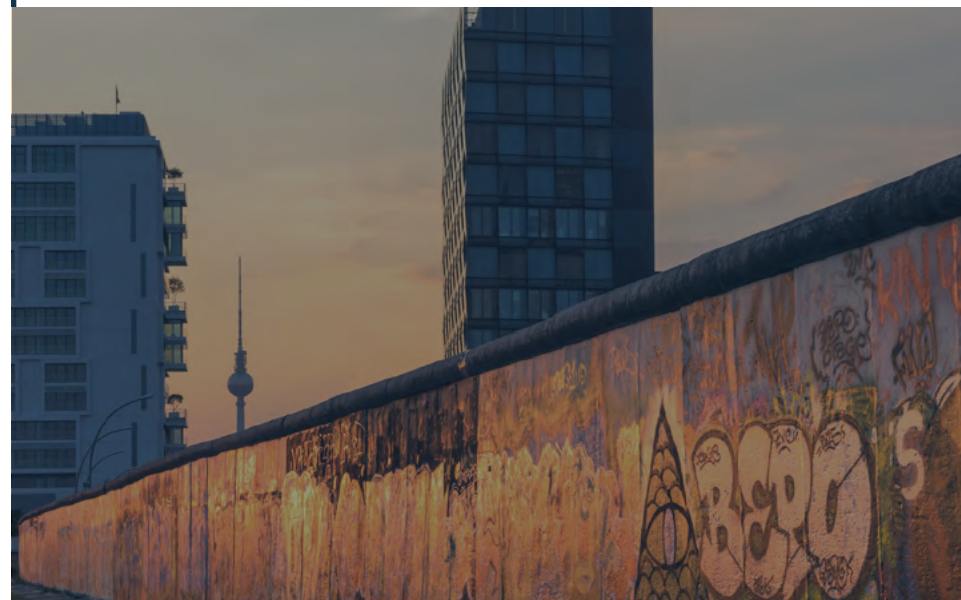
**HOJE TÊM ENTRE 24  
E 39 ANOS.**

## O QUE VIRAM:

- Maior desastre atômico do mundo, em Chernobyl.



- Queda do muro de Berlim.



- Motorola MicroTAC, primeiro celular com flip.



- Popularização da internet.



## PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS:

- São autônomos e têm múltiplas carreiras.
- Acreditam no trabalho em equipe, são informais e imediatistas.
- Têm mais facilidade para assumir riscos, mas buscam recompensas tangíveis.
- São conhecidos pelo potencial inovador.

- Alta capacidade de fazer várias coisas ao mesmo tempo, sem perder o foco.
- Cresceram com os recursos tecnológicos à disposição. Foram iniciados no desktop e migraram para o *mobile*.
- Estão sempre conectados, mas não abrem mão da comunicação ao vivo.
- Grande preparo intelectual e acadêmico.



## MERCADO DE TRABALHO:

valorizam a empresa em que trabalham, mas estão sempre buscando oportunidades melhores. Querem ser tratados de igual para igual, independentemente do nível hierárquico. Desejam uma remuneração competitiva, atrelada a metas e objetivos muito claros. Possuem grande criatividade e capacidade de inovar em suas carreiras.



## DEVICES:

dispositivos *mobile* e laptops. Os meios de comunicação favoritos são as redes sociais e os apps de mensagens.



## TEMPO CONECTADO NO MOBILE:

5,7 horas



## REDES SOCIAIS PREFERIDAS:





## COMO APRENDEM:

- Estão acostumados com o grande fluxo de informações.
- Consomem informações com facilidade e rapidez.
- Gostam de aprender informalmente.
- São multitarefas.
- Possuem raciocínio linear.



## ESTRATÉGIAS DE EDUCAÇÃO DIGITAL:

Pessoas dessa geração valorizam treinamentos. Portanto, investir em programas de educação vai ao encontro de suas necessidades de crescimento profissional. Excelente oportunidade para colocar gestor e colaborador juntos, já que os Millennials gostam de feedbacks constantes e imediatos. Prova disso é que 56% dos funcionários gastariam mais tempo em treinamentos se seu gerente sugerisse um curso para melhorar as habilidades, conforme pesquisa do [LinkedIn](#).

Outra característica importante – que também é tendência para 2020 – é que os Millennials preferem construir seu próprio caminho de aprendizagem. Investir na estratégia Trilhas de Aprendizagem é interessante, pois elas respeitam a maneira que cada um tem de aprender, mas também desafiam a tomada de decisão. Além disso, os serviços de *streaming* – áudios e vídeos – estão em alta e essa popularidade reflete no ambiente da educação. Nesse sentido surge a *Learning Experience Platform* ou [LXP](#), onde, na pla-

taforma, o aluno escolhe qual curso deseja fazer. Conheça mais sobre este tema [aqui](#).

É importante ser criterioso com o conteúdo, pois essa geração consome conteúdos curtos e objetivos. Dessa forma, o [microlearning](#) é adequado para a aprendizagem, pois **divide o conteúdo a ser aprendido em pequenas doses**, para que seja assimilado rapidamente e com frequência. Leia mais sobre este tema [aqui](#).

Como muitos dessa geração já cresceram jogando videogames, uma alternativa muito eficiente pode ser a utilização de games e de estratégias gamificadas, que auxiliam no estímulo à tomada de decisão.

Os objetos educacionais podem ser muito diversificados: vídeos, podcasts, infográficos, e-books, videoaulas.

## DESTAQUE:

Se há alguns anos surgiu o termo “Design Thinking” para designar uma forma de inovar estrategicamente sem perder o foco nos consumidores, um novo conceito chega para conquistar seu espaço no mundo corporativo: o Game Thinking.

A ideia continua girando em torno de inovação e resultados, mas a ênfase, agora, é promover experiências interativas para uma máxima motivação – como nos games.

Game Thinking abrange métodos com forte apelo do lúdico: gamification, simuladores, *playful redesign* de sistemas, recursos de visualização em realidade virtual e realidade aumentada, entre outros.





A young woman with blonde hair is shown in profile, looking down at a tablet computer she is holding. She is wearing large, over-ear headphones. The scene is dimly lit, with warm, out-of-focus bokeh lights in the background. The overall mood is focused and tech-oriented. There are decorative elements: a white circle in the top left, a teal circle in the top right, a teal horizontal line above the text, and a teal arc in the bottom left.

**—**  
**GERAÇÃO Z  
(OU CENTENNIALS)**

# GERAÇÃO Z (OU CENTENNIALS)

NÓS VAMOS MUDAR O MUNDO!



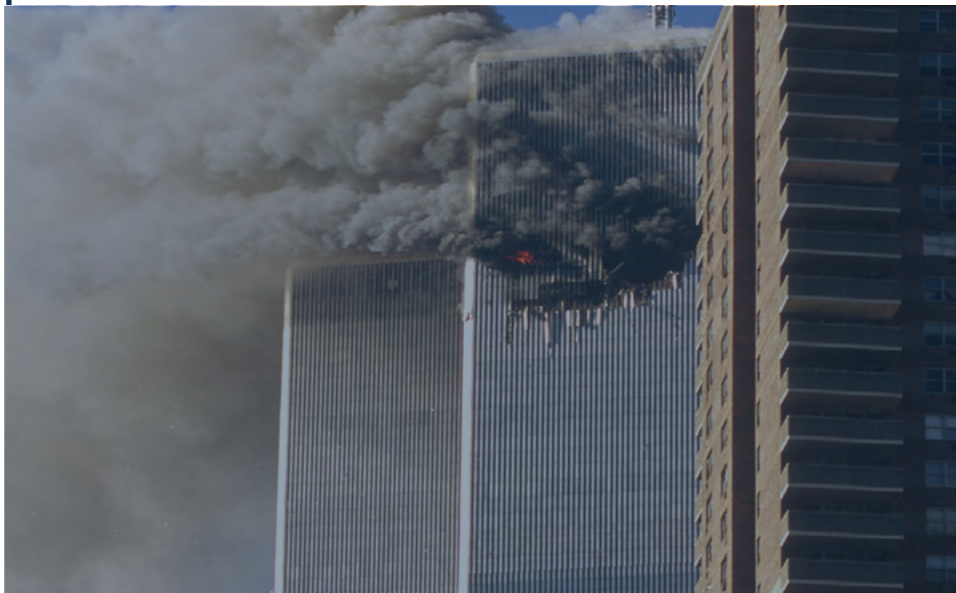
**NASCIDOS ENTRE  
1997 E 2012.**



**HOJE TÊM ENTRE 8  
E 23 ANOS.**

## ○ QUE VIRAM:

○ Atentado terrorista ao World Trade Center, nos EUA.



○ A internet ficar *mobile*.



○ O disquete ser substituído pelo CD, que foi substituído pelo blue-ray, que foi substituído pelo pendrive, que foi substituído pela tecnologia em nuvem.



○ Realidade virtual e aumentada se popularizando.



## PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS:

- São realistas, competitivos e independentes.
- Valorizam a consciência coletiva.
- Sentem necessidade de expor suas opiniões e buscam autenticidade.
- Arriscam.

- Valorizam ações criativas e são extremamente visuais.
- Tecnologia inata. Estão quase o tempo todo conectados. Usam em média cinco telas e 96% possuem *smartphone*.
- São considerados mobile e social media natives – os primeiros nativos digitais.
- Preocupam-se com o ecossistema, com a sustentabilidade e com os recursos naturais.



## MERCADO DE TRABALHO:

recém-chegados ao mercado de trabalho, são desapegados das fronteiras geográficas. Também não são fãs da burocracia e gostam da ideia de trabalhar em casa. Além disso, apesar de populares nas redes sociais, na vida real podem não trabalhar bem em grupo, por causa da sua forte característica de independência. A tomada de decisão acontece de forma ágil. Esperam rápida ascensão na carreira e gostam muito de *feedbacks*. São bastante guiados por um propósito. Para além de seu desenvolvimento profissional, os Centennials se preocupam com a razão de ser da empresa, o que lhes dá uma dose extra de motivação.



## DEVICES:

dispositivos móveis e *smartwatches*.



## TEMPO CONECTADO NO MOBILE:

6,1 horas





## REDES SOCIAIS PREFERIDAS:



- em geral, redes sociais visuais.



## COMO APRENDEM:

- Consomem informação principalmente via smartphones. Preferem conteúdos em áudio e visuais a escritos, como podcasts e vídeos curtos.
  - Aprendem de múltiplas maneiras, são multifocais e convergem em diferentes plataformas.
  - Possuem raciocínio não linear.
  - Preferem conteúdos em áudio e visuais a escritos, como podcasts e vídeos.
  - São autodidatas: por serem mais independentes, buscam por si mesmos informações que não conhecem na internet - geralmente em vídeo.
- 





## ESTRATÉGIAS DE EDUCAÇÃO DIGITAL:

O conhecimento, a intuição e o prazer estão concentrados no toque do polegar, por isso a grande adesão ao celular, tablets e controles remotos.

Essa geração aparenta ter uma dependência total dos *gadgets* e, conseqüentemente, uma deficiência de um saber aprofundado, personalizado e processual. Está construindo uma outra forma – múltipla, rápida, intuitiva e criativa – de conhecimento.

E já que compartilhar parece ser a nova ordem da internet – basta olhar para o sucesso das redes sociais –, essa geração tem muito a ganhar com o *Social Learning*. Esse método de aprendizado é bastante informal, o que deve atrair os mais jovens, e é baseado na troca de experiências e relacionamentos no ambiente de trabalho. Ferramentas como [LXP](#) podem formalizar esse conhecimento e incentivar o aprendizado.

Os Centennials também preferem consumir informação em pequenas doses. Os cérebros dessa geração processam informações cada vez mais rápido. A estratégia [microlearning](#) é ideal para eles, pois podem consumir conteúdos como pílulas de conhecimento.

43% dos colaboradores da Geração Z desejam treinamento autodirecionado e independente. Diante disso, programas de *mentoring*, iniciando a relação entre colaborador e gestor, são uma boa alternativa para desenvolver as habilidades dos colaboradores uma vez que 74% dos desenvolvedores de talentos já focam na Geração Z. Estratégias de *gamification* também trazem características que agradam bastante a esse público, como imersão e interação, deixando o conteúdo atrativo e mais fácil de ser assimilado. A possibilidade de personalizar alguns elementos, como avatares, oferece ainda a individualidade que essa geração tanto valoriza.



A woman with blonde hair is shown in profile, wearing large over-ear headphones. She is looking down at a tablet computer she is holding in her hands. The scene is dimly lit, with several warm, out-of-focus circular lights (bokeh) in the background. The overall mood is focused and modern. There are decorative red circular elements in the corners of the image.

# — GERAÇÃO ALPHA

# GERAÇÃO ALPHA

## ESTE MUNDO É MEU!



**NASCIDOS DEPOIS  
DE 2010.**



**SÃO NOSSAS CRIAN-  
ÇAS ATUAIS, COM ATÉ  
10 ANOS.**



O período de 2010 até 2012 é de transição da geração Z para a Alpha, então crianças nascidas nesse intervalo de tempo podem desenvolver o comportamento das duas gerações.

## O QUE VIRAM:

○ Lançamento do primeiro iPad.



○ A geração está em pleno desenvolvimento.







## PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS:

- Espontaneidade e autonomia.
- Poder de adaptação muito acelerado.
- Interação com a tecnologia desde o nascimento.
- Movidos pelos estímulos sensoriais - sobretudo visuais, graças às mídias digitais, como YouTube e Instagram e apps de jogos e educação..
- Observadoras e atentas.



## DEVICE:

dispositivos *mobile*, *wearables*, interações tangíveis e múltiplas.



## REDES SOCIAIS:

ainda não estão totalmente imersos nas redes sociais, mas devem herdar os comportamentos da Geração Z e também desenvolver as tecnologias de realidade aumentada, 3D e 4D. Grande parte dos Alphas já fazem uso de redes sociais - porém, não com conta própria e sim com a dos pais -, como no caso do YouTube, por exemplo.





## COMO APRENDEM:

- Consomem informação em diversos canais, streaming de áudio e vídeos, realidade virtual e aumentada, jogos etc.
- Estão habituados a usar apps para aprender brincando.
- A forma de aprendizado é mais horizontal.
- Prezam por um ensino personalizado, feito sob medida.
- Apesar de ser a geração com mais acesso às novas tecnologias do que todas as anteriores, gostam da educação híbrida (*online* e *offline*), que coloque em prática situações do cotidiano.
- Possuem raciocínio não linear. Consideram cansativas as atividades de aprendizado mais tradicionais, como leituras de textos, por exemplo, e possuem dificuldade em se concentrar.
- A experiência é essencial para a aprendizagem dessa geração, afinal eles aprendem fazendo.



## ESTRATÉGIAS DE EDUCAÇÃO DIGITAL:

Tecnologias para a educação criadas especialmente para esse grupo devem favorecer os sentidos de audição, tato e visão ao mesmo tempo.

Soluções *mobile* já fazem parte de sua rotina e são eficientes no aprendizado – entretanto, podem já não ser suficientes. É preciso trazer novidades para competir com tudo mais que busca distraí-los – afinal, essa geração é ávida por novas mídias e tecnologias.

Portanto, soluções que fogem do convencional, que são voltadas para a experiência e abrangem diversos sentidos, são ideais. Estratégias de realidade aumentada, realidade virtual, games e construção de conhecimento são as mais eficientes para esse grupo que quer experimentar e viver todas as etapas de aprendizagem.

A woman with blonde hair is shown in profile, wearing large over-ear headphones. She is looking down at a tablet computer she is holding in her hands. The scene is dimly lit, with several out-of-focus circular light sources (bokeh) in the background, creating a warm, ambient glow. The overall color palette is dark with orange and blue highlights. There are decorative orange circular shapes in the corners of the page.

# PARA SABER MAIS

Marc Prensky, escritor e palestrante norte-americano que aborda questões relacionadas à educação, acredita que **não é o aprendizado que está mudando, mas as ferramentas que auxiliam no aprendizado.** Foi ele quem cunhou, em 2001, os termos imigrante digital – nascidos antes de 1980 – e nativo digital – nascidos após 1980 – para caracterizar a relação das diferentes gerações com as tecnologias atuais e a transformação nos modos de aprender.

# CONFLITOS DE GERAÇÕES E OS DESAFIOS DA GESTÃO

Em alguns casos, quando pessoas nativas digitais se relacionam profissionalmente com pessoas imigrantes digitais, ocorre um conflito entre gerações. Na educação – tanto nas escolas quanto na educação corporativa –, também não é diferente: os métodos e abordagens utilizados permeiam essas duas características – imigrante e nativo.

Diante disso, com tantos perfis diferentes dentro da empresa, o verdadeiro desafio do gestor é compreender que cada geração possui uma maneira própria de aprender e de lidar com desafios, e que essas diferenças devem ser respeitadas. E para conseguir atender a essas expectativas, já existem algumas ferramentas que podem auxiliar a equipe de RH a entender melhor cada colaborador por meio de seu aprendizado:

## **BIG DATA, PEOPLE ANALYTICS E ADAPTIVE LEARNING**

A análise de dados para uma abordagem de aprendizagem personalizada e estudo do comportamento do colaborador é chamada de *people analytics*. Por sua vez, utilizando dados e análise, é possível



personalizar a experiência de aprendizagem, descobrir os caminhos mais apropriados para cada perfil de aluno e, ainda, realizar ajustes para correção de problemas do treinamento, tornando o processo mais envolvente e valioso para o aprendiz – o chamado *adaptive learning*.

## **INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL**

Existem diversas parcerias entre cientistas de dados e desenvolvedores de aplicativos com o objetivo de criar soluções aprimoradas para essa tecnologia. Uma oportunidade que une aplicação da IA na educação tem como intuito auxiliar no processo de relacionamento e de aprendizado, por meio da análise de dados e da identificação de padrões, tornando o processo de aprender cada vez mais personalizado e autônomo.

# O USO DE TECNOLOGIAS PARA RECRUTAMENTO E SELEÇÃO

Cada geração possui características singulares e conhecer essas características é fundamental para o planejamento de estratégias de atração e retenção de talentos por parte do RH das empresas. Nesse sentido, as tecnologias podem auxiliar no processo – desde a seleção até o desenvolvimento. Confira a seguir:

**Big data e data analytics:** a imensa quantidade de informações obtidas por meio dos processos internos da empresa permitem uma visão sobre diferentes processos e podem ser utilizadas para embasar diversas estratégias do RH, desde a aquisição de novos colaboradores até o treinamento e retenção de talentos. A análise dos dados e o cruzamento de indicadores permitem que o RH avalie diversos aspectos da vida funcional dos colaboradores, tais como produtividade, capacidades que necessitam de desenvolvimento, ajustes salariais etc.

**Conheça o Empregol, plataforma para recrutamento e seleção.**

[Empregol](#)

**Tecnologias imersivas:** utilizadas principalmente para treinamento e desenvolvimento, podem ser utilizadas também em processos de recrutamento e seleção, integração, entre outros. Além disso, também auxiliam em processos de triagem para atividades práticas, possibilitando aos candidatos demonstrarem suas habilidades.



# O QUE VEM POR AÍ

Se as terminologias do alfabeto grego prosseguirem, após a Geração Alpha virão a Beta, a Gama e a Delta. No entanto, essas gerações só irão aparecer na segunda metade do século XXI, e não há dúvidas de que o avanço tecnológico continuará.



## Planejar é a palavra.

- Pensar em estratégias adequadas e, conseqüentemente, mais efetivas, respeitando as características de cada geração.
- Levantar em conta os fatores e as motivações das pessoas na entrada e na saída do mercado de trabalho.
- Conhecer suas características, saber no que acreditam, como se comportam e como aprendem são ações primordiais para que uma organização possa olhar para a frente.

É preciso planejamento para fazer as mudanças demográficas da força de trabalho do futuro!

A educação do futuro será portátil, personalizada e onipresente. Sabemos disso e estamos preparados. Clique [aqui](#) e solicite um contato com nosso time de especialistas!

### DESTAQUE:

Conheça as tendências para educação corporativa em 2020.

[Acesse o ebook.](#)

## **SOBRE O DOT DIGITAL GROUP**

Nós desenvolvemos soluções Inteligentes em Educação com Tecnologia. A nossa grande missão é desenvolver as pessoas e impulsionar as organizações!

Com mais de 24 anos de atuação, somos um dos maiores grupos nacionais de educação digital e pioneiros no mercado de Educação Comunicacional no país.

**Fale com um especialista!**



## FONTES DE APOIO

**Baby Boomers e Geração X: conheça os conservadores digitais.** Magic Web Design. 2018. Disponível em: <https://www.magicwebdesign.com.br/blog/cultura-pop/baby-boomers-e-geracao-x-conheca-os-conservadores-digitais/>. Acesso em: 09/04/2019.

**Baby boomers: consumers in their golden years.** Euromonitor. 2019

BUNDE, M. Nativos. **Nativos digitais e imigrantes digitais.** 2019. Todo Estudo. Disponível em: <https://www.todoestudo.com.br/historia/nativos-digitais-e-imigrantes-digitais>. Acesso em: 09/04/2019.

CASAROTTO, C. **Dossiê das gerações:** o que são as gerações Millennials, GenZ, Alpha e como sua marca pode alcançá-las (2019). Disponível em: <https://rockcontent.com/blog/dossie-das-geracoes/>. Acesso em: 12/02/2020.

**Como educar uma geração digital com tanta dificuldade para se concentrar?** R7. 2019. Disponível em: <https://noticias.r7.com/educacao/como-educar-uma-geracao-digital-com-tanta-dificuldade-para-se-concentrar-03042019>. Acesso em: 09/04/2019.

COZER, C. **Como as gerações se relacionam com a tecnologia?** (2019). Disponível em: <https://www.consumidormoderno.com.br/2019/10/28/geracoes-tecnologia/>. Acesso em: 12/02/2020.

CUNHA, R. **A Geração Alpha, nascida após 2010, será o grupo etário mais transformador que já existiu.** Stylo Urbano (2016). Disponível em: <http://www.stylourbano.com.br/a-geracao-alpha-nascida-apos-2010-sera-o-grupo-etario-mais-transformador-que-ja-existiu/>. Acesso em: 14/07/2017.

DIMOCK, M. **Defining generations:** Where Millennials end and Generation Z begins (2019) Disponível em: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>. Acesso em: 12/02/2020.

**Geração Alpha é mais inteligente.** Pais e Filhos (2013). Disponível em: <https://www.paisefilhos.com.br/noticias/geracao-alpha-e-mais-inteligente/>. Acesso em: 14/07/2017.

**Geração Alpha:** entenda as crianças nascidas desde 2010 (2019). Disponível em: <https://blog.dentrodahistoria.com.br/familia/desenvolvimento-infantil/geracao-alpha-caracteristicas/>. Acesso em: 12/02/2020.



GONÇALVES, V. **Gerações em trânsito** (2019) Disponível em: < <https://digital.consumidormoderno.com.br/geracoes-em-transito-ed244/> >. Acesso em: 12/02/2020.

MACIEL, P. “**Os brasileiros são nossos preferidos**”. Os planos do TikTok para o país em 2020 (2020). Disponível em: < <https://canaltech.com.br/redes-sociais/os-brasileiros-sao-nossos-preferidos-os-planos-do-tiktok-para-o-pais-em-2020-159343/> >. Acesso em: 12/02/2020.

MACIEL, R. **As gerações X, Y e Z e suas características | Qual é a sua geração?** Sucesso Jovem (2015). Disponível em:< <http://sucessojovem.com.br/as-geracoes-x-y-e-z/> >. Acesso em: 14/07/2017.

MAMOMA, K. , S. **Conheça as características das quatro gerações que convivem no trabalho.** Administradores (2010). Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/noticias/negocios/conheca-as-caracteristicas-das-quatro-geracoes-que-convivem-no-trabalho/32529/>>. Acesso em: 14/07/2017.

MATTA, V. **Como gerenciar conflitos de gerações:** Geração X, Y e Baby Boomers. Sociedade Brasileira de Coaching (2013). Disponível em: <<https://www.sbcoaching.com.br/blog/comportamento/conflitos-de-geracoes/>>. Acesso em: 14/07/2017.

**O jogo como recurso de aprendizagem para geração Z.** Ludos Pro. 2019. Disponível em: < <https://www.ludospro.com.br/blog/o-jogo-como-recurso-de-aprendizagem> >. Acesso em: 09/04/2019.

PRUETT, M. **Gen Z’s Favorite Social Networks: YouTube, Instagram, Snapchat.** Criteo. 2018. Disponível em: < <https://www.criteo.com/insights/gen-z-social-media/> >. Acesso em: 09/04/2019.

**Quem são os jovens da geração Z:** Anseios, valores e características da Nova Força de Trabalho. Afferro Lab (2017). Disponível em: <<http://www.afferrolab.com.br/publicacoes>>. Acesso em: 14/07/2017.

**Redes sociais: dos ‘baby boomers’ à geração Z.** Keep it real (2017). Disponível em: <<https://blog.kee-pitreal.pt/2017/05/04/redes-sociais-dos-baby-boomers-a-geracao-z/>>. Acesso em: 14/07/2017.

SIQUEIRA, N. **Os três maiores desafios de ensinar para as gerações Z e alpha.** MLearn (2017). Disponível em:<<http://mlearn.com.br/os-tres-maiores-desafios-de-ensinar-para-as-geracoes-z-e-alpha/>>. Acesso em: 14/07/2017.

