

## “Não me ligue, mande mensagem”: Os novos hábitos da Geração Z ao telefone<sup>1</sup>

Bruna CRUZ<sup>2</sup>

Émerson RODRIGUES<sup>3</sup>

Hannah FREITAS<sup>4</sup>

Riverson RIOS<sup>5</sup>

Universidade Federal do Ceará

### Resumo

Com a Era Digital e advento das tecnologias da informação, as pessoas estão cada vez mais conectadas e imersas em seus mundos digitais. A Geração Z, que compreende os nascidos a partir de 1989, cresceu em meio aos aparatos tecnológicos e modelou sua vida e seu comportamento de acordo com eles. Com o desenvolvimento da internet e o *boom* dos aplicativos de mensagens instantâneas, uma parte da geração digital considera os telefonemas incômodos e intrusivos, preferindo trocar mensagens com quem quer que seja. O presente trabalho investiga a Geração Z e seus novos hábitos ao telefone, seguindo os conceitos que Tapscott traz sobre o assunto, e da Era Digital. Para ilustrar, analisaremos um questionário online que trata da preferência das novas gerações pela troca de mensagens em detrimento das ligações telefônicas, o que mostra que seus hábitos ao telefone mudaram.

**Palavras-chave:** Era Digital; Geração Z; mensagens; telefonemas; comportamento

### Introdução

Empresas, escolas, lares, automóveis, transporte e lugares públicos. Em várias partes do mundo, os meios tecnológicos estão ganhando mais força e tomando conta. Por todos os cantos, vemos as pessoas com seus olhos presos em telas eletrônicas, dispostas a saciar sua sede de informação sobre o que quer que seja.

Os aparelhos de televisão e o computador pessoal já não suprem mais as necessidades desses indivíduos, que se veem obrigados a estar continuamente conectados com o mundo através da rede. Para sua sorte, os novos celulares, os *smartphones*, permitem o acesso à internet de forma rápida e prática, bastando ligar o aparelho para ter acesso a um número infinito de conteúdos diversificados e plurais.

---

<sup>1</sup>Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 05 a 07 de Julho de 2018.

<sup>2</sup>Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo do I.C.A - UFC, email: beruzrocha@gmail.com.

<sup>3</sup>Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo do I.C.A.-UFC, email: ebr5769@gmail.com.

<sup>4</sup>Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo do I.C.A.-UFC, email: gfreitashannah@gmail.com.

<sup>5</sup>Orientador do trabalho e professor do Curso de Comunicação Social da UFC, e-mail: riverson@ufc.br.

A esse novo período dá-se os nomes de **Era da Informação, Era Digital** ou **Era Tecnológica**. Para Schlobinski (2012, p. 6),

A revolução digital integra todas as conquistas das revoluções midiáticas predecessoras [como a imprensa de Gutenberg, o rádio e o telefone]. Multimídia e multimodalidade, convergências de mídias e transmídia são conceitos-chave [estritamente interligados] desse processo (SCHLOBINSKI, 2012, p. 6).

Correspondendo essas características com os nomes dados à nova Era, podemos dizer que a tecnologia é usada para criar, emitir e compartilhar informações de qualquer natureza nas plataformas digitais plenamente desenvolvidas hoje.

A digitalização de dados e conteúdos permite que os conceitos propostos por Schlobinski sejam aplicados: é multimídia porque integra vídeos, imagens e áudios, além do texto escrito; é multimodal porque várias formas de linguagem estão interconectadas - escrita, oral e visual; é convergente porque permite que as mídias tradicionais, como a impressa, adaptem-se às novas plataformas digitais como forma de conquistar novos públicos e ambientes; e é transmídia porque compreende diferentes linguagens oferecidas pelos suportes tecnológicos, ou seja, “os diferentes meios e as diferentes linguagens participam e contribuem para a construção do mundo *transmedia*” (TONDATO; BASTOS; COELHO, 2014, p. 4-5).

Um reflexo da Era Digital, em um panorama nacional, é a quantidade de uso de *smartphones* hoje. No Brasil, o primeiro telefone celular chegou em 1990 e, no mesmo ano, o país contava com apenas 667 aparelhos celulares, de acordo com os dados da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), como afirmam os estudos<sup>6</sup> do Laboratório de Automação de Museus, Bibliotecas Digitais e Arquivos (LAMBDA) do Departamento de Engenharia Elétrica<sup>7</sup> da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro<sup>8</sup>.

Segundo dados da 28ª Pesquisa Anual de Administração e Uso de Tecnologia da Informação nas Empresas, realizada pela Fundação Getúlio Vargas de São Paulo (FGV-SP), até o final de 2017, a estimativa é de que o Brasil tenha um *smartphone* em uso

---

<sup>6</sup>MARIUZZO, Patrícia. **Novos celulares ganham capacidade de integrar múltiplas funções**. Instituto Uniemp, 2006.

Disponível em:

<[http://inovacao.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1808-23942006000500023&lng=pt&nrm=is](http://inovacao.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1808-23942006000500023&lng=pt&nrm=is)>. Acesso em: 29 out. 2017.

<sup>7</sup>Departamento de Energia Elétrica da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Disponível em:

<<http://www.ele.puc-rio.br/>>. Acesso em: 28 out. 2017.

<sup>8</sup>Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://www.puc-rio.br/index.html>>. Acesso em: 01 nov. 2017.

por habitante<sup>9</sup>. Até abril deste ano, a pesquisa revelou que há mais de 198 milhões de celulares inteligentes (*smartphones*) em uso ativo no país. Esses dados justificam o pensamento de Robert Sloss (2012) sobre a aquisição de celulares:

[...] qualquer pessoa terá seu próprio telefone de bolso, por meio do qual poderá se conectar a quem ela quiser [...]. Em todas as partes, ela estará conectada com o restante do mundo, poderá falar e comunicar-se com ele, e o verá – se ela quiser vê-lo –, mesmo se ela estiver a mil pés de profundidade sob a terra ou sob o nível do oceano e poderá ser vista em todo movimento, ainda que no menor deles. (SLOSS 2012, p. 35 *apud* SCHLOBINSKI, 2012, p. 6).

Como pontapé inicial para a construção deste artigo, tomamos como base a matéria veiculada no site do jornal *El País*<sup>10</sup>, onde se dizia que, atualmente, com as novas plataformas de comunicação, as pessoas consideram a prática de telefonemas como incômoda. É nesse panorama de utilização de telefones móveis, troca instantânea de mensagens e imersão no universo online que este artigo propõe-se a discutir as novas preferências da Geração Z pela troca de mensagens ao invés de ligações telefônicas. Para isso, fizemos uso de uma análise bibliográfica e de um questionário online, desenvolvido na plataforma *Survey Monkey*, focado na Geração Z. Assim, nosso trabalho se estrutura em três partes principais: uma que caracteriza a Geração Z e a insere dentro da Era Digital; uma outra que mostra como essa geração se relaciona com as novas tecnologias, e como estas influenciam no seu desenvolvimento; e, por fim, analisaremos um questionário online de caráter de qualitativo, no qual obtemos 700 respostas.

## 1. Geração Z

O sistema de gerações, antes muito utilizado na literatura, passou a ser empregado constantemente após a Segunda Guerra Mundial, em um contexto de *boom* populacional e desenvolvimento da tecnologia em todos os setores. Essa classificação foi ramificada em cinco grupos: os *Silver Streakers*, os *Baby boomers*, a Geração X, a Geração Y e a Geração Z. Autores que empregam a classificação em gerações, como o pesquisador canadense Don Tapscott (2010), ainda não chegaram a um consenso sobre quando começa e termina um

---

<sup>9</sup>CAPELAS, Bruno. **Até o fim de 2017, Brasil terá um smartphone por habitante, diz FGV. Estadão.** Disponível em: <<http://link.estadao.com.br/noticias/gadget,ate-o-fim-de-2017-brasil-tera-um-smartphone-por-habitante-diz-pesquisa-da-fgv,70001744407>>. Acesso em: 02 nov. 2017.

<sup>10</sup>HANCOCK, Jaime Rubio. **Não me ligue, mande mensagem. El País.** Disponível em: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2016/01/15/tecnologia/1452852920\\_965932.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2016/01/15/tecnologia/1452852920_965932.html)>. Acesso em: 30 out. 2017.

ciclo. A tabela abaixo (figura 1) apresenta os grupos de gerações, com suas respectivas épocas e estimativa de idade (dados de 2011). Em 2017, os membros mais velhos da Geração Z se aproximam dos 30 anos.

**Figura 1.** Grupo de Gerações<sup>11</sup>

Tabela 1: : Grupo de Gerações por Faixa Etária

| Grupo de Gerações | Datas de Nascimento | Idade em 2011 |
|-------------------|---------------------|---------------|
| Geração Z         | 1989-2010           | 0-22          |
| Geração Y         | 1977-1988           | 22- 33        |
| Geração X         | 1965-1976           | 34- 45        |
| Baby Boomers      | 1946-1964           | 46- 64        |
| Silver Streakers  | Antes de 1946       | 65 ou mais    |

Em sua divisão, os *Baby boomers* compreendem os nascidos logo após a Segunda Grande Guerra (1939-1945), entre as décadas de 40 a 60, período no qual se observou um forte sentimento de otimismo e esperança, graças ao fim do conflito armado, aliado à economia americana em forte crescimento. Diante disso, houve um *boom* populacional, resultado da volta do conflito de muitos homens jovens que estavam servindo o exército. Nesse mesmo período, as TVs surgiram nos lares americanos, que moldaram essa geração e seu mundo.

A Geração X, também conhecida como *baby bust* e que compreende os nascidos nas décadas de 60 a 70, acompanhou a criação do vídeo cassete e dos primeiros computadores pessoais. A Geração Y, que abrange as décadas de 80 e 90, nasceu em um mundo onde televisão, computador e comunicação rápida já tomavam conta dos lares; e, por último, a Geração Z, também chamada de Geração Digital ou Geração Net (TAPSCOTT, 2010), que compreende os nascidos a partir dos anos 1990.

Uma pesquisa do IBOPE Mídia (2011)<sup>1213</sup> coletou dados de agosto de 2009 a julho de 2010 e mapeou a população brasileira com base na classificação dessas quatro categorias. Identificou-se que 11,6 milhões de jovens integram a Geração Z brasileira, o equivalente a 18% da amostra de 62 milhões de pessoas entrevistadas em algumas cidades das regiões

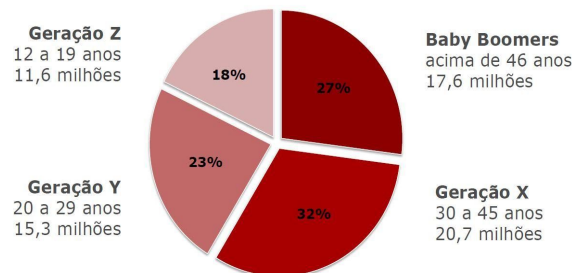
<sup>11</sup>Fonte: adaptado de Levy e Weitz (2000, p.102) *apud* Ceretta e Froemming (2011, p.19).

<sup>12</sup>MÍDIA, IBOPE. **Gerações Y e Z: Juventude Digital**, 2011. Disponível em: <[http://www4.ibope.com.br/download/geracoes%20y\\_e\\_z\\_divulgacao.pdf](http://www4.ibope.com.br/download/geracoes%20y_e_z_divulgacao.pdf)>. Acesso em: 29 out. 2017.

<sup>13</sup>PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, Secretária de Comunicação Social da. **Pesquisa Brasileira de Mídia: Hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**, 2015. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-br-asileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>. Acesso em: 29 out. 2017.

Nordeste, Sudeste e Nordeste e no Distrito Federal. O gráfico abaixo (figura 2) apresenta esse números:

**Figura 2.** Pesquisa do IBOPE Mídia<sup>14</sup>



A Geração Z nasce imersa em uma sociedade dominada pelas “novas tecnologias da informação e comunicação”, surgidas em meados dos anos 70, com a chamada Revolução Tecnológica ou Terceira Revolução Industrial, que ganhou extrema força nos anos 90. Nesse período, a comunicação ganhou muito mais velocidade de propagação e recepção através da digitalização e da comunicação em redes, além de possibilitar o *feedback* e a interação entre as pessoas que acessam os conteúdos. Em virtude disso, essa geração é a que menos assiste televisão dentre as já citadas, além de ser a que mais considera os computadores e as tecnologias da informação como extensões naturais de si mesma (TAPSCOTT, 1999).

O mesmo Tapscott (2010), anos mais tarde, enfatiza que essas últimas gerações tecnológicas possuem características próprias e bem diferentes das anteriores, destacando que até seus cérebros sofrem transformações devido aos aparatos de que dispõem:

Há muitos motivos para acreditar que o que estamos vendo é o primeiro caso de uma geração que está crescendo com conexões cerebrais diferentes das da geração anterior. Há cada vez mais evidências de que os integrantes da Geração Internet processam informações e se comportam de maneira diferente porque de fato desenvolveram cérebros funcionalmente diferentes dos de seus pais. (TAPSCOTT, 2010, p. 42 *apud* LEMOS, 2013, p. 5).

Os nativos digitais, sucessores da Geração Y, já nasceram adaptados à tecnologia existente. Ceretta e Froemming (2011, p. 19) sugerem, inclusive, que o Z da nomenclatura vem da primeira letra do verbo *zapear*, “utilizado para designar o ato de mudar

<sup>14</sup>Fonte: IBOPE Mídia. **Gerações Y e Z: Juventude Digital**, 2011.

constantemente o canal da televisão, geralmente através de um controle remoto, caracterizando o que a geração tem em comum, o ato de fazer várias coisas ao mesmo tempo”, ou seja, conectados a dispositivos móveis com acesso à internet que lhes permitem executar várias tarefas ao mesmo tempo, além de captar e compartilhar conteúdos rapidamente.

## 2. “A mente conectada”

Exigente, individualista, consumista, inteligente, fluente, sociável, analítica, curiosa, contestadora, criativa, articulada, versada em mídia, entediada com a televisão, absolutamente global, muitos são os adjetivos empregados pelos pesquisadores que estudam a Geração Z. Todos eles verdadeiros e que definem bem o que podemos encontrar nesses jovens que nasceram a partir do início dos anos 90. Jovens que estão mais ricos e mais bem informados do que jamais estiveram (CERETTA; FROEMMING, 2011).

Comparando os *baby boomers* com a Geração Net, Tapscott (1999) lembra que, a exemplo de qualquer geração, também existem variações na dos nascidos de 1989 para cá, devido a diferenças que, naturalmente, distinguem-nos, como questões étnicas, atitudes, personalidades, inteligência, conhecimento, nível socioeconômico e idade. No entanto, segundo ele, nunca uma geração possuiu características tão particulares como a Z para lidar com as novas tecnologias:

O *boomer* típico fazia um trabalho escolar pesquisando, desenvolvendo um esboço e compondo sua redação do princípio ao fim [...] Já a criança N-Gen [pertencente a geração Z] assimila e fornece informações de maneira diferente quando trabalha com a mídia digital. A informação é assimilada de múltiplas fontes e ocorre de modo menos sequencial. (TAPSCOTT, 1999, p. 99).

Os N-gens, como são chamados por Tapscott (1999, 2010) os membros da Geração Z, nunca conceberam o mundo sem computadores, *chats* e telefones celulares, pois, praticamente, nasceram com essas tecnologias na palma das mãos. Não precisaram se adaptar às novas tecnologias, como foi o caso da Geração X e Y, por exemplo, mas cresceram junto com elas, e se aproveitaram dessa oportunidade para desenvolver habilidades, como a capacidade de executar multitarefas e de captar novos conteúdos mais rapidamente (SANTOS; LISBOA, 2013). Tapscott (1999, p. 104) lembra ainda que “as crianças começaram a substituir a atividade passiva, não social e isolada que era assistir à

televisão pelo uso ativo da mídia digital” já em meados dos anos 90 e, assim, tornaram-se adolescentes e jovens adultos mais curiosos, contestadores e mais propensos a levantar questões controversas com seus pais e outros adultos.

Outra característica importante de se destacar é que a Geração Z é apaixonada pela tecnologia, pela mídia e pelas ferramentas capazes de transmitir informações. Em suma, ela utiliza a televisão (ainda que menos que as gerações anteriores), acessa a internet e usa o celular de forma simultânea e sem qualquer dificuldade (CERETTA; FROEMMING, 2011). A internet, inclusive, tornou-se a principal fonte de entretenimento desse público e, por isso, merece uma atenção especial.

O acesso rápido a informações dos mais variados temas proporcionado pela Web fez com que o comportamento social das novas gerações se modificasse, segundo matéria do Jornal Opção de 2 de setembro de 2017<sup>15</sup>. Conforme outra notícia, desta vez do Portal IG de 28 de janeiro de 2017<sup>16</sup>, isso quer dizer que a internet fez com que muitos hábitos culturais dos jovens que compõem a Geração Net se transformassem como, por exemplo, alugar filmes, comprar música, assistir a vídeos, *trailers* e séries e, principalmente, as relações sociais comunicativas dessas pessoas, nas quais se incluem o ato de falar e o de mandar mensagens pelo celular, sendo estes dois últimos objetos de discussão do presente artigo.

Para melhor entendermos como, de fato, essas relações sociais se modificaram com o advento da internet móvel, no entanto, devemos atentar para mais algumas características da Geração Net. Segundo Tapscott (2010), além de contestadora e curiosa, essa geração deseja liberdade em tudo aquilo que faz, desde a liberdade de escolha à liberdade de expressão, além de ser uma geração colaborativa e que se relaciona graças a internet. Não podemos esquecer ainda de outra característica igualmente importante como as outras: a velocidade. A Geração Z nasceu em um ambiente digital, por isso, está acostumada a respostas instantâneas, bate-papo em tempo real e a uma comunicação mais rápida.

Com isso, justifica-se o fato de a grande maioria dos N-gens preferir trocar

---

<sup>15</sup>DINIZ, Augusto. **Sob olhares desconfiados, geração digital desafia sociedade a se reinventar.** *Jornal Opção*.

Disponível em:

<<https://www.jornalopcao.com.br/reportagens/sob-olhares-desconfiados-geracao-digital-desafia-sociedade-se-reinventar-104142/>>. Acesso em: 25 out. 2017.

<sup>16</sup>SÃO PAULO, IG. **10 hábitos culturais que foram transformados pela internet.** *Portal IG*. Disponível em:

<<http://gente.ig.com.br/cultura/2017-01-28/habitos-culturais-transformados-pela-internet.html>>. Acesso em: 23 out. 2017.

mensagens a receber ligações, como veremos mais adiante quando analisarmos o questionário online de caráter qualitativo feito por nós para justificar e embasar nossa argumentação. De forma simples, podemos explicar tal fato (o dos N-gens preferirem mensagens à ligações) retomando as três últimas características da Geração Net. Em tempos em que aplicativos de mensagens como *Whatsapp* e *Telegram* e redes sociais como *Facebook*, *Instagram* e *Twitter* estão em alta, receber e fazer ligações virou uma atividade ultrapassada e, em alguns casos, até intrusiva, principalmente para os maiores usuários dos serviços acima: a própria Geração Z. Esta, conectada diariamente, acha que a comunicação por meio de mensagens de texto é o melhor a se fazer nos momentos em que estamos ocupados e incapazes de responder. Em contrapartida, ligações exigem respostas imediatas, já que não podemos esperar vários minutos para responder a pessoa que está do outro lado da linha. Isso, para muitos N-gens, tira um pouco da liberdade que a Geração Z está tão acostumada a ter.

A Geração Net é, em essência, colaborativa e se relaciona bastante pela internet. Sendo assim, falar com alguém ao celular torna-se uma atividade incomum para a maioria dos N-gens, quando comparamos com a quantidade de mensagens de texto trocadas por eles em um dia, por exemplo. Para Santos e Lisboa (2013), a conectividade por meio da internet trouxe a possibilidade de falarmos com amigos que moram distantes e com aqueles que moram em nossa vizinhança, contudo, as relações sociais acabam sendo afetadas:

A conectividade, agora, ocorre de forma permanente, estimulada pelos dispositivos móveis com acesso à internet. Em paralelo, as relações sociais acabam por ser afetadas por um intenso individualismo, o que limita a maior parte dos relacionamentos ao ambiente virtual. (SANTOS; LISBOA, 2013, p.3).

A preferência por esse ambiente virtual em detrimento das ligações telefônicas também é uma tendência da sociedade do século XXI, marcada pela superficialidade e pela descrição no expressar dos sentimentos. Por isso, o ambiente virtual é visto como uma espécie de porto seguro por essas pessoas, visto que lá a comunicação é, preferencialmente, por mensagem de texto e, assim, só deixamos transparecer os sentimentos se, de fato, quisermos. Tal fato se correlaciona, igualmente, com a velocidade, outra característica enumerada por Tapscott (2010) para descrever os hábitos dos N-gens.



Como já dissemos, a geração dos nascidos após 1989 é acostumada a uma comunicação rápida, em tempo real e instantânea, algo que não ocorre quando falamos com alguém pelo telefone. Há sempre uma espécie de ritual antes de começarmos a falar com alguém (caso não queiramos ser interpretados como mal educados), como, por exemplo, perguntar se está tudo bem com a pessoa do outro lado da linha, com a sua família, em seu trabalho, na escola, falar sobre o clima, se está quente ou frio... Em suma, as ligações telefônicas tendem a demorar, algo que a Geração Z não considera agradável.

“Muitos adolescentes sofrem com a falta de expressividade na comunicação verbal, o que acaba por causar diversas dificuldades” (CERETTA; FROEMMING, 2010, p.20). Segundo matéria do jornal O Globo de 4 de novembro de 2011<sup>17</sup>, dentre essas dificuldades, em que se incluem o aumento de doenças causadas pela postura inadequada no uso dos *smartphones* e o contato excessivo com a luminosidade das telas desses aparelhos, a telefonofobia, isto é, o medo irracional de telefones, é uma das mais graves intervenções das novas tecnologias sobre a vida dos jovens que compõem a Geração Z.

As pessoas que sofrem com essa fobia veem o telefone como um intruso. Elas ficam bastante ansiosas e até entram em pânico ao ouvirem o aparelho tocando, não conseguindo, em casos mais graves, atender a chamada e falar com a pessoa do outro lado da linha, por medo de receber alguma má notícia. Ainda não há muitos estudos sobre a telefonofobia no Brasil e no mundo, o que se sabe, no entanto, é que o surgimento da internet e, principalmente, dos aplicativos de mensagens de texto contribuíram para que ela se manifestasse com mais frequência entre os jovens da Geração Z.

### 3. Metodologia

Para cumprir os objetivos deste artigo, partimos de uma análise bibliográfica que visa contextualizar o conceito e características da Era Digital dentro da realidade da atual Geração Z, juntamente com a aplicação de um questionário online<sup>18</sup>, desenvolvido na plataforma *Survey Monkey*, e disponibilizado em aplicativos como *Whatsapp* e *Facebook*,

---

<sup>17</sup>TEIXEIRA, Carlos Alberto. **Avanço das mensagens de texto gera verdadeira fobia ao telefone**. *O Globo*. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/sociedade/tecnologia/avanco-das-mensagens-de-texto-gera-verdadeira-fobia-ao-telefone-2901624>>. Acesso em: 23 out. 2017.

<sup>18</sup>Questionário “**Não me ligue, mande mensagem**”. Disponível em: <[https://pt.surveymonkey.com/r/Preview/?sm=hgYwxYn5FmR\\_2Fk34QTs2S\\_2BL9Dhg00rmdNtOi\\_2FfG3bS3IQXK670qUotI5uFumPMBIx](https://pt.surveymonkey.com/r/Preview/?sm=hgYwxYn5FmR_2Fk34QTs2S_2BL9Dhg00rmdNtOi_2FfG3bS3IQXK670qUotI5uFumPMBIx)>.

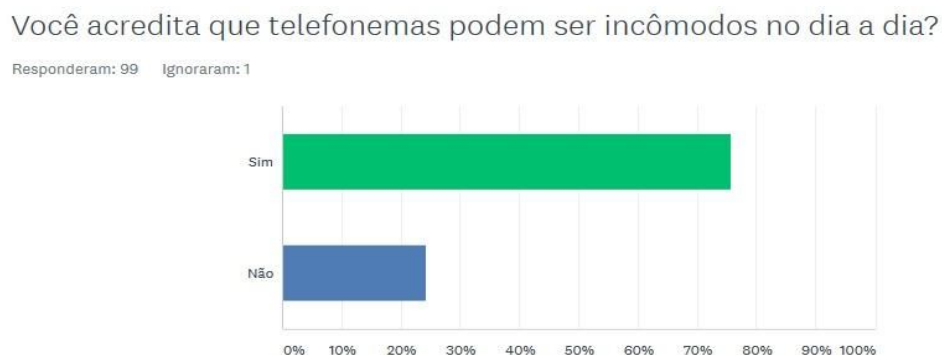
para obtenção das respostas, com foco no público alvo deste trabalho: A Geração Z. Ao todo, o questionário consistia em oito perguntas fechadas<sup>19</sup> e foi aplicado no período de 21 a 28 de outubro de 2017. Na análise de dados presente neste artigo, observamos apenas as 100 primeiras respostas, de um total de 700, por limitação da plataforma utilizada (Survey Monkey).

#### 4. Análise de Dados

A Era da Informação, caracterizada pelo número imensurável de compartilhamento de dados e informações na rede, possui uma estrutura cada vez mais inovadora e é propulsionada pelo processamento de milhões de *bytes* por segundo. Isso tudo favoreceu o desenvolvimento de uma geração mais adaptada aos novos meios (TAPSCOTT, 2010), que necessita estar conectada 24 horas por dia e que é capaz de fazer várias tarefas ao mesmo tempo (CERETTA; FROEMMING, 2011).

A preferência pelo recebimento de mensagens, no lugar de ligações, não é novidade. Esse tema, contudo, já foi discutido nos sites das revistas norte americanas *Forbes* e *The Atlantic*, como apresentado na matéria intitulada “Não me ligue, mande mensagem”, divulgada no jornal *El País*, no dia 19 de janeiro de 2016. A matéria apresentou o argumento de que as pessoas, atualmente, consideram os telefonemas incômodos e intrusivos, por acreditar que exigem uma resposta imediata, rápida, algo que se comprova quando analisamos a questão sobre os telefonemas e se eles podem ser incômodos no dia a dia (figura 3) de nosso questionário:

**Figura 3.** “Você acredita que telefonemas podem ser incômodos no dia a dia?”<sup>20</sup>



<sup>19</sup>Gráficos das cem primeiras respostas do Questionário “Não me ligue, mande mensagem”. Disponível em: <<https://drive.google.com/open?id=17cNuThdjBu2P4ypGxIX6XQ6Th7Lr-pHMIJrsFjXhwIQ>>.

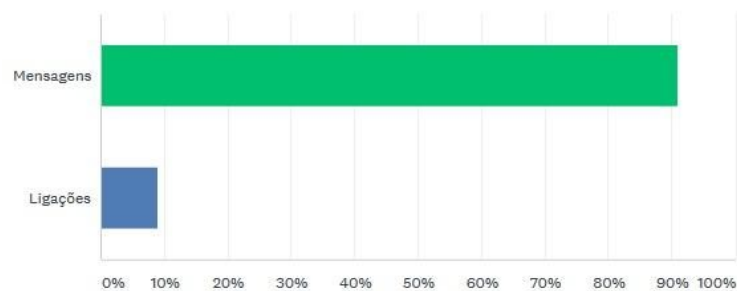
<sup>20</sup>Fonte: Questionário “Não me ligue, mande mensagem”.

75,76% das pessoas que responderam ao nosso questionário vão de encontro a este pensamento, e acreditam que, sim, as ligações telefônicas podem ser incômodas no dia a dia. Essa necessidade constante de conexão já não é mais resolvida apenas com o computador pessoal usado em alguns momentos do dia ou determinados lugares. Por isso, o desenvolvimento dos *smartphones* trouxe mais praticidade e rapidez à comunicação. Nesse contexto, a criação de aplicativos de mensagens online, como o *WhatsApp*, *Facebook Messenger* e *Telegram*, facilitou a troca de mensagens. Prova disso, é que 97% das pessoas que responderam ao nosso questionário utilizam o *Whatsapp*, 89% usam o *Facebook Messenger* e 24% o *Telegram*.

**Figura 4:** “De forma geral, a sua preferência é por receber:”<sup>21</sup>

De forma geral, a sua preferência é por receber:

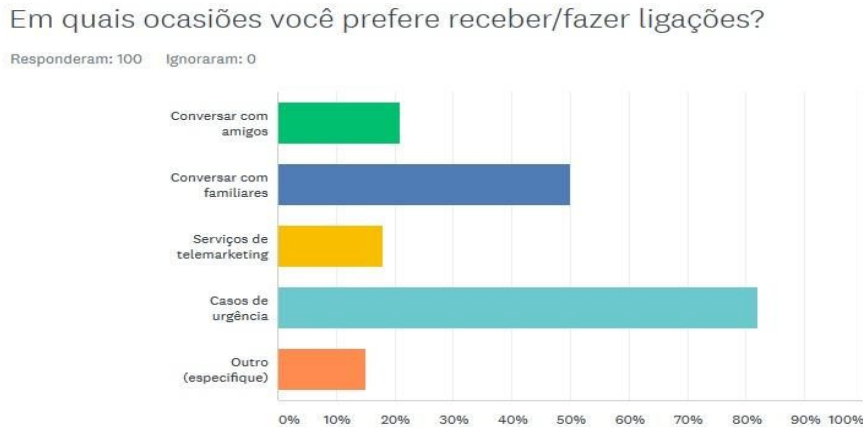
Responderam: 100 Ignoraram: 0



A Era da Informação quebrou barreiras e limites geográficos. Nela, ficou mais fácil manter contato com outras pessoas a partir do uso de aplicativos de mensagem, o que se evidencia em nossa pesquisa, já que 73% dos respondentes admitiram que trocam mensagens frequentemente e 26% de forma regular. 91% das pessoas, que responderam as perguntas, reconheceram também que preferem receber mensagens a ligações, conforme exposto acima (figura 4). Esse resultado se solidifica ainda mais quando analisamos uma outra pergunta do questionário (figura 5), na qual são apresentadas algumas ocasiões em as pessoas, majoritariamente, utilizam de ligações telefônicas para conversar. Chama atenção que mais de 80% dos entrevistados, de acordo com a amostra coletada em nosso questionário, escolheram os casos de urgência como principais fatores que os fazem receber/fazer ligações.

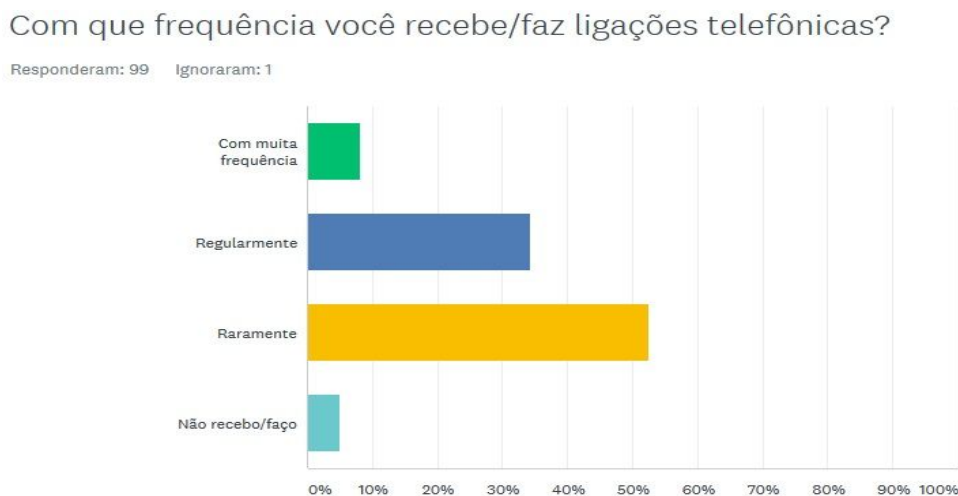
<sup>21</sup>Fonte: Questionário “Não me ligue, mande mensagem”.

**Figura 5.** “Em quais ocasiões você prefere receber/fazer ligações?”<sup>22</sup>



No entanto, atualmente, principalmente entre os nascidos em 1989 e 2010, essa é a função (fazer/receber ligações) menos usada e mais da metade dos nascidos na Geração Z, de acordo com o nosso formulário, raramente recebe ou faz ligações, como é mostrado abaixo (figura 6).

**Figura 6.** “Com que frequência você recebe/faz ligações telefônicas?”<sup>23</sup>



## Conclusão

A Geração Z, sempre sedenta por conexão e comunicação, encontra nos *smartphones* tudo de que precisa e deseja. Jovens que já nasceram adaptados a essa realidade, possuem um comportamento diferente das gerações predecessoras moldados pelos aparatos de que

<sup>22</sup>Fonte: Questionário “Não me ligue, mande mensagem”.

<sup>23</sup>Fonte: Questionário “Não me ligue, mande mensagem”.

dispõem: anseiam pela velocidade, pela certeza, pela liberdade, e alcançam esses objetivos na rede e nos aplicativos a que têm acesso.

Esses jovens querem ter o mundo na palma da mão, e realmente têm conseguido. Seus “melhores amigos”, os *smartphones* cada vez mais inovadores, possibilitam que eles controlem suas vidas, acessem as informações que quiserem, comuniquem-se com as pessoas, estejam elas do seu lado ou a milhares de quilômetros de distância. Como afirma Alessandra Bittencourt,

O celular passa a ser um ‘teletudo’, um equipamento que é ao mesmo tempo telefone, máquina fotográfica, televisão, cinema, receptor de informações jornalísticas, difusor de emails e SMS, atualizador de sites, localizador por GPS, tocador de música (MP3 e outros formatos). (BITTENCOURT, *sd*, p. 3).

Como podemos ver, e sabemos muito bem, o celular hoje é muito mais que um simples telefone. Consideramos que, atualmente, telefonar seja a função menos importante de um celular. As ligações foram substituídas pelos aplicativos cada vez mais numerosos de mensagens instantâneas, como o *Whatsapp* e o *Telegram*, principalmente pelo público mais jovem, que tem quase uma aversão a ligações. Eles permitem maior flexibilidade na troca de informações e no tempo de resposta, ou seja, podemos escolher o momento em que responderemos a uma mensagem, de acordo com nossa disponibilidade. O que dificilmente é possível numa ligação, na qual a resposta quase sempre tem que ser imediata.

Reforçamos que há poucos estudos científicos no Brasil sobre os novos hábitos da Geração Z ao telefone e ressaltamos que este artigo se propõe a ser apenas uma pequena introdução sobre o tema e base para trabalhos futuros. Os dados coletados acima através do questionário online servem apenas para ilustrar nosso objeto de pesquisa e não como fonte oficial, até pelo fato de compreender um recorte muito pequeno e restrito entre os jovens de até 29 anos que utilizam a rede social *Facebook* e o aplicativo de mensagens *Whatsapp*.

Por fim, destacamos a importância de se observar o novo modo como a Geração Net comporta-se diante não só do telefone, mas das tecnologias que a cercam por todos os lados, e de como isso influencia sua vida pessoal e social.

## Referências

BITTENCOURT, A. **Uso de telefones celulares em tempos de convergência: um estudo de caso com pré-adolescentes em Curitiba**. Revista Razón y Palabra, n° 69. Disponível em: <<http://www.razonypalabra.org.mx/Uso%20de%20te...pdf>>. Acesso em: 09 set. 2017

CAPELAS, Bruno. **Até o fim de 2017, Brasil terá um smartphone por habitante, diz FGV. Estadão**. Disponível em: <<http://link.estadao.com.br/noticias/gadget,ate-o-fim-de-2017-brasil-tera-um-smartphone-por-habita nte-diz-pesquisa-da-fgv,70001744407>>. Acesso em: 02 nov. 2017.

CERETTA, S.; FROEMMING, L. **Geração Z: compreendendo hábitos de consumo da geração emergente**. Revista Eletrônica do Mestrado em Administração da Universidade Potiguar - RAUnP, 2011. Disponível em: <<https://repositorio.unp.br/index.php/raunp/article/viewFile/70/91>>. Acesso em: 09 set. 2017

DINIZ, Augusto. **Sob olhares desconfiados, geração digital desafia sociedade a se reinventar. Jornal Opção**. Disponível em: <<https://www.jornalopcao.com.br/reportagens/sob-olhares-desconfiados-geracao-digital-desafia-soc iedade-se-reinventar-104142/>>. Acesso em: 25 out. 2017.

HANCOCK, Jaime Rubio. **Não me ligue, mande mensagem. El País**. Disponível em: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2016/01/15/tecnologia/1452852920\\_965932.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2016/01/15/tecnologia/1452852920_965932.html)>. Acesso em: 30 out. 2017.

HAWKINS, Del I.; MOTHERSBAUGH, David L.; BEST, Roger J. **Comportamento do Consumidor: Construindo a Estratégia de Marketing**. In: CERETTA, S; FROEMMING, L. **Geração Z: compreendendo hábitos de consumo da geração emergente**. Revista Eletrônica do Mestrado em Administração da Universidade Potiguar - RAUnP, 2011. Acesso em: 09 set. 2017

IBOPE MÍDIA. **Gerações Y e Z: Juventude Digital**. 2011. Disponível em: <[http://www4.ibope.com.br/download/geracoes%20y\\_e\\_z\\_divulgacao.pdf](http://www4.ibope.com.br/download/geracoes%20y_e_z_divulgacao.pdf)>. Acesso em: 09 set. 2017

LEMOS, E. **A geração digital segundo Dan Tapscott: ascensão das redes de influência e dos prosumers**. São Paulo: Universidade Federal de São Paulo, Resenha, 2013. Disponível em: <[http://ccvap.futuro.usp.br/noticiasfiles/14.05.2013\\_ElseLemos\\_Resenha.pdf](http://ccvap.futuro.usp.br/noticiasfiles/14.05.2013_ElseLemos_Resenha.pdf)>. Acesso em: 09 set. 2017

MARTINO, Luis Mauro Sá. **Teorias das mídia Digitais. Linguagens, ambientes e redes**. Petrópolis: Vozes. 2014. Disponível em: <<https://cadernoselivros.files.wordpress.com/2017/08/martino-luc3ads-mauro-sc3a1-teoria-das-mc3a ddias-digitais.pdf>>. Acesso em: 28 out. 2017

SANTOS, W.; LISBOA, W. **Tendências psicossociais e de consumo da Geração Z e as influências dos “nativos digitais” na comunicação organizacional**. São Paulo. ComuniCon 2013. Disponível em: <[http://www.espm.br/download/Anais\\_Comunicon\\_2013/comunicon\\_2013/gts/gtdez/GT10\\_SANT OS\\_LISBOA.pdf](http://www.espm.br/download/Anais_Comunicon_2013/comunicon_2013/gts/gtdez/GT10_SANT OS_LISBOA.pdf)>. Acesso em: 09 set. 2017

SCHLOBINSKI, P. **Linguagem e comunicação na Era Digital**. Tradução de David Farah. São Paulo: Pandaemonium, v. 15, 2012. P. 137-153. Disponível em:  
<<http://www.scielo.br/pdf/pg/v15n19/a08v15n19.pdf>>. Acesso em: 01 nov. 2017

SLOSS, R. **Das drahtlose Jahrhundert**. In: SCHLOBINSKI, P. **Linguagem e comunicação na Era Digital**. Tradução de David Farah. São Paulo: Pandaemonium, v. 15, 2012. P. 137-153. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/pg/v15n19/a08v15n19.pdf>>. Acesso em: 01 nov. 2017

SÃO PAULO, IG. **10 hábitos culturais que foram transformados pela internet**. Portal IG. Disponível em:  
<<http://gente.ig.com.br/cultura/2017-01-28/habitos-culturais-transformados-pela-internet.html>>. Acesso em: 23 out. 2017.

TAPSCOTT, D. **A geração digital: A crescente e irreversível ascensão da Geração Net**. 1. ed. São Paulo: Makron, 1999. 321 p.

TAPSCOTT, D. **A hora da geração digital: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos**. In: CERETTA, S; FROEMMING, L. **Geração Z: compreendendo hábitos de consumo da geração emergente**. Revista Eletrônica do Mestrado em Administração da Universidade Potiguar - RAUnP, 2011. P. 17. Acesso em: 09 set. 2017

TEIXEIRA, Carlos Alberto. **Avanço das mensagens de texto gera verdadeira fobia ao telefone**. **O Globo**. Disponível em:  
<<https://oglobo.globo.com/sociedade/tecnologia/avanco-das-mensagens-de-texto-gera-verdadeira-fobia-ao-telefone-2901624>>. Acesso em: 23 out. 2017.

TONDATO, M; BASTOS, B; COELHO, P. **Transmidialidade: Narrativas televisivas ficcionais - A “segunda tela” de papel**. Associação Latino-Americana de Investigadores em Comunicação, 2014. Disponível em:  
<<http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2014/10/GI3-Marcia-Tondato.pdf>>. Acesso em: 01 nov. /2017