
O Perfil Dos Nativos Digitais Araripinenses E Suas Demandas Comunicacionais¹

Francisco Leite MONTEIRO²

Jorge Carvalho POSSETTI³

Marcus Vinicius Dantas LINHARES⁴

Instituto de Educação Superior Raimundo Sá, Picos - Piauí

RESUMO

Os nativos digitais são a geração que nasceu e convive constantemente com as tecnologias oriundas da internet. Também conhecidos como Geração Z eles preferem usar o celular para executar suas atividades de entretenimento, educação e até mesmo de comunicação. Este uso modifica hábitos, cria novos mercados e molda um novo comportamento comunicacional. Por isto, este estudo busca traçar o perfil dos nativos digitais da cidade de Araripina – PE e a sua relação com os veículos de comunicação precedentes e contemporâneos à sua geração, através da aplicação de um questionário para 125 alunos matriculados no 3º ano do Ensino Médio de cinco escolas municipais. Visa também contribuir para o desenvolvimento de pesquisas sobre esta geração que, futuramente, atuará nos mais variados segmentos sociais.

PALAVRAS-CHAVE: Nativos digitais; Geração Z; Comunicação; Araripina; Dispositivos móveis.

1. INTRODUÇÃO

1.1. *Baby boomer, X, Y e Z*

Em “A hora da geração digital: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos”, Don Tapscott (2010) descreve as características peculiares das últimas quatro gerações desde 1946 até a contemporaneidade. Este recorte histórico é peça chave para compreender como a sociedade percorreu 70 anos de sua história bem como os meios de comunicação foram parte intrínseca desta caminhada.

¹ Trabalho apresentado na DT 8 – Estudos Interdisciplinares do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 5 a 7 de julho de 2018.

² Especialista em Assessoria de Comunicação e Jornalismo Digital da Faculdade R. Sá, e-mail: f-alfredo@hotmail.com

³ Especialista em Assessoria de Comunicação e Jornalismo Digital da Faculdade R. Sá, e-mail: jorgepossetty@hotmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Doutor em Biotecnologia Industrial pela RENORBIO - UFBA, e-mail: marcus-linhares@hotmail.com

Para Tapscott (2010) “Cada geração está exposta a um conjunto único de eventos que define seu lugar na história e molda suas perspectivas” (Tapscott, 2010, p.28). De acordo com ele as gerações organizam-se na seguinte ordem cronológica, numa perspectiva da sociedade norte-americana:

Geração *Baby boomer* (1946 – 1964)

A economia norte-americana estava muito forte após o fim da Segunda Guerra Mundial e as famílias tinham, em média, 3,7 filhos. Esta geração foi moldada pela ascensão da televisão.

“Em 1950, apenas 12% dos lares tinham um aparelho de televisão. Em 1958, o número havia disparado para 83%.³ A televisão havia se tornado rapidamente a mais poderosa tecnologia de comunicação disponível, destronando o rádio e os filmes e cinejornais de Hollywood”. (Tapscott, 2010, p.24-25)

Geração X ou *Baby Bust* (1965 – 1976)

Os *baby busters*, como o nome já sugere, é a geração que, viu o desemprego atingir 10,8% em novembro e dezembro de 1982 nos Estados Unidos, e portanto, reduziu drasticamente a natalidade. Para Tapscott (2010) a Geração X é formada por comunicadores agressivos e extremamente centrados na mídia.

“Assim como a Geração Internet, a Geração X considera o rádio, a tevê, o cinema e a internet como mídias não especializadas, disponíveis para que todos acumulem informações e apresentem seu ponto de vista”. (Tapscott, 2010, p.26).

Geração Y ou Geração Internet (1977 – 1997)

Para esta geração, Tapscott (2010) afirma que a mudança mais significativa é a ascensão do computador, da internet e das outras tecnologias digitais.

“Agora, o acesso de banda larga à internet é onipresente; os iPods estão em toda parte; telefones celulares podem navegar na rede, captar coordenadas GPS, tirar fotos e trocar mensagens de texto; e sites de redes sociais como o Facebook permitem que a Geração Internet monitore cada movimento de seus amigos”. (Tapscott, 2010, p.28).

Geração Z ou Geração *Next* (1998 até o presente)

Para esta geração, denominada Z, Tapscott afirma que eles são a primeira geração global. Nenhuma das três anteriores estava mundialmente conectada.

“Um astronômico número de 1,3 bilhão de pessoas começou a usar a internet, do qual centenas de milhões eram crianças e jovens. A taxa de crescimento global de 2000 a 2008 foi de 290%, o que significa que, em todo o mundo, o número de pessoas com acesso à internet

mais do que triplicou! E esses ganhos aconteceram no mundo como um todo”. (Tapscott, 2010, p.36).

Ainda sobre a geração Z, Tapscott (2010) elenca características e atitudes que definam e norteiam seus hábitos. Para ele, os Z são iniciadores, colaboradores, organizadores, leitores, escritores, autenticadores e estrategistas ativos. As atitudes que diferenciam esta das outras gerações são a liberdade, customização, escrutínio, integridade, colaboração, entretenimento, velocidade e inovação.

1.2.Os nativos digitais

Questões amplamente discutidas sobre o futuro da comunicação indagam sobre a sobrevivência ou desaparecimento de veículos como o jornal e revista impressos e dos aparelhos de rádio e de televisão. No cerne deste questionamento está a mudança dos hábitos de leitura, e, conseqüentemente da maneira como as novas gerações utilizam os canais de comunicação para os mais variados fins que vão desde a informação, entretenimento até a educação.

O advento da internet e de suas tecnologias oriundas bem como a popularização do acesso à *web* a partir das últimas décadas do século XX fez surgir o termo “nativos digitais”. De acordo com Marc Prensky, eles são a geração que nasceu e cresceu com as tecnologias digitais de forma presente em seu cotidiano. Em seu artigo “Nativos Digitais, Imigrantes Digitais”, 2001, ele afirma:

“Os alunos de hoje – do maternal à faculdade – representam as primeiras gerações que cresceram com esta nova tecnologia. Eles passaram a vida inteira cercados e usando computadores, videogames, tocadores de música digitais, câmeras de vídeo, telefones celulares, e todos os outros brinquedos e ferramentas da era digital. Em média, um aluno graduado atual passou menos de 5.000 horas de sua vida lendo, mas acima de 10.000 horas jogando vídeo games (sem contar as 20.000 horas assistindo à televisão). Os jogos de computadores, e-mail, a internet, os telefones celulares e as mensagens instantâneas são partes integrais de suas vidas.” (Pensky, 2001, p. 1).

Tapscott (2010) também classifica a geração chamada de nativa digital, por Pensky, como Geração Z. À ela, Tapscott imputa uma série de características que os diferenciam das gerações anteriores.

“Eles não apenas observam, mas também participam. Perguntam, discutem, argumentam, jogam, compram, criticam, investigam, ridicularizam, fantasiam, procuram e informam”. (Tapscott, 2010, p.33).

A geração de nativos digitais está transformando a comunicação ao migrar o consumo de informações dos meios de comunicação que a precederam – como jornal e revista impresso, rádio, televisão – para as novas tecnologias, a exemplo dos *smartphones*, *tablets* e computadores. Esta alteração modifica hábitos, cria novos mercados e molda um novo comportamento comunicacional que justifica a pesquisa desse artigo.

Além de traçar o perfil sócio-comunicacional dos nativos digitais da cidade de Araripina – Pernambuco, esse artigo, justifica-se pela ausência de pesquisas acadêmicas sobre esta geração que, atualmente, está dentro das salas de aula das redes pública e particular do município, mas que, futuramente, comporá os mais variados segmentos sociais, atuando, inclusive como educadores das gerações vindouras.

1.3. Os meios de comunicação tradicionais e sua interface com o celular

De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – PNAD 2005/2014 “Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal” publicada em 2016 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, o número de jovens brasileiros entre 15 a 19 anos com o acesso ao telefone móvel para uso pessoal está em crescimento. A pesquisa divide este grupo em dois: entre 15 a 17 anos e 18 ou 19 anos e foram apresentados os resultados dos anos de 2005, 2013 e 2014, a saber:

Em 2005, 35% do grupo entre 15 a 17 anos possuía telefone móvel. Em 2013 este percentual subiu para 76,7% e em 2014 atingiu 80,8%. Já para o grupo de 18 ou 19 anos, a PNAD apontava, em 2005, que 42,3% tinham acesso ao telefone móvel. Em 2013 o percentual sobe para 84% e em 2014 atinge 87,2%.

A mesma pesquisa estratifica os dados segundo a Unidade da Federação. Em Pernambuco, no ano de 2005, 30,7% do total da população tinha acesso ao telefone móvel. O número sobe para 70%, em 2013, e mantém o crescimento em 2014 com 73,3% dos pernambucanos com acesso ao celular.

A PNAD aponta, também, que dentro dos lares pernambucanos o microcomputador está presente em 74,6%; o telefone móvel celular aparece 78,% e o tablet em 24,2 % das casas pernambucanas. Já sobre a existência de internet nos domicílios pernambucanos em 43,9% não existe sinal de internet enquanto que 56,!% das casas pernambucanas estão conectadas.

Outra pesquisa de abrangência nacional, realizada pelo IBOPE e encomendada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, foi divulgada em agosto de 2016. A Pesquisa Brasileira de Mídia – PBM2016 – ouviu 15 mil brasileiros com idade acima de 16 anos em todas as unidades da federação e teve como objetivos específicos conhecer como se informam os diversos segmentos socioeconômicos e as características de seus hábitos de uso de mídia e também avaliar o peso dos veículos online e das novas mídias no consumo e/ou exposição à informação.

Do total de entrevistados, 19% estão entre 16 a 24 anos e, portanto integram o grupo populacional estudado neste artigo. Para 63% dos brasileiros, a televisão é o meio de comunicação em que mais se informa. A internet aparece em segundo lugar com 26%, seguido do rádio com 7% e jornal impresso com 3%.

Outro dado relevante é que 17% dos brasileiros já ouvem rádio pelo celular, ficando atrás, apenas do aparelho tradicional de rádio que lidera com 63%. Outros 14% ouvem rádio no carro, 4% em aparelho tipo MP3 e 2% no computador.

A PBM2016 aponta que 30% dos brasileiros leem jornais na versão digital e 26% leem revistas na mesma versão. A versão impressa do jornal é preferida por 66% e da revista é por 67%.

Outra tendência observada na pesquisa é que 72% dos brasileiros usam o telefone celular para utilizar a internet. Outros 25% acessam via computador e 3% através do tablet. Durante a semana – de segunda-feira a sexta-feira – 29% dos brasileiros acessa a internet por mais de 300 minutos (5 horas) por dia. Outros 19% acessam até 60 minutos (1 hora) e 17% acessam entre 60 até 120 minutos (1 hora até 2 horas), diariamente.

“Entre os entrevistados, aproximadamente dois em cada três acessam a internet; o ambiente domiciliar é predominante entre os locais de maior uso. O telefone celular supera e muito o computador como o dispositivo mais utilizado no acesso à internet e algo em torno de três em cada dez respondentes que utilizam a internet declaram utilizar somente um dispositivo para tal atividade. O tempo médio de acesso diário, considerando tanto o meio de semana quanto o final de semana, fica um pouco acima das quatro horas e trinta minutos.” (Pesquisa Brasileira de Mídia, 2016, p. 33).

O Instituto IBOPE Mídia divulgou, em 2010, o *Target Group Index*, pesquisa sobre consumo de produtos, serviços e mídia, estilo de vida e características sociodemográficas.

Os dados apresentam que 18% da população brasileira, ou seja 11,6 milhões, é formada pela geração Z (12 a 19 anos). Os *baby boomers* (acima de 46 anos) representam 17,6

milhões. A geração X (entre 30 e 45 anos) representa 20,7 milhões de brasileiros e a geração Y (entre 20 a 29 anos) soma 15,3 milhões de habitantes.

Segundo a pesquisa, a geração Z procura na televisão, por exemplo, entretenimento, enquanto que a geração Y busca informação. No topo da preferência da geração Z com 72% estão os filmes de comédia. Já para a geração Y, com 79%, estão os noticiários locais.

Filmes de comédia para a geração Y aparecem apenas em terceiro lugar – atrás dos noticiários nacionais. Nesta mesma comparação, noticiários locais para a geração Z estão apenas na sétima colocação – atrás de novelas, esportes e desenhos.

2. DESENVOLVIMENTO

2.1. Metodologia aplicada

Para o levantamento de dados sobre o perfil dos nativos digitais araripinenses foi realizada pesquisa de campo nos dias 02, 03 e 10 de outubro de 2017 em cinco escolas municipais de Araripina - Pernambuco com a aplicação de um questionário.

A cidade de Araripina – Pernambuco, segundo dados do Censo 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, possui população residente na faixa de 15 a 19 anos de 7.387 habitantes.

De acordo com o Censo Educacional 2015 do Ministério da Educação – MEC e do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais - INEP, a cidade de Araripina – Pernambuco possui 16 escolas que ofertam a modalidade de Ensino Médio. Deste total, cinco são particulares e onze são públicas estaduais. O mesmo censo indica um total de 3.688 alunos matriculados no município nestas 16 escolas, sendo 381 matriculados nas escolas particulares e 3.307 nas públicas estaduais.

A pesquisa de campo foi aplicada em cinco escolas municipais de Araripina – Pernambuco, das quais duas são particulares e três são públicas estaduais, a saber:

Centro Educacional do Araripe, particular.

Escola Técnica do Serviço Social da Indústria – SESI, particular.

Escola Estadual Luiz Gonzaga Duarte, pública.

Escola Técnica Estadual Pedro Muniz Falcão, pública.

Escola Estadual de Referência Josias Inojosa de Oliveira, pública.

A escolha destas escolas deveu-se, especialmente, ao perfil dos seus alunos, afinal, espera-se identificar o perfil sócio-comunicacional dos nativos digitais araripinenses por meio da análise do público mais heterogêneo possível. Estas escolas abrigam alunos de

famílias das mais variadas classes sociais (A,B,C,D e E) bem como de diversas partes do município (zona rural, zona urbana, distritos, bairros periféricos ou centrais).

A amostra da população estudada, acima descrita, foi de 125 alunos matriculados no 3º ano do Ensino Médio das escolas mencionadas. Estes alunos responderam ao questionário composto pelas questões já explicitadas durante visita realizada em sala de aula com a supervisão dos professores das escolas.

A pesquisa de caráter quantitativo e descritivo, contendo 17 questões, avaliou dados relativos à idade, gênero, local de moradia, classificação da escola, acesso e frequência à internet, tempo diário de uso de celulares *smartphones*, preferência e frequência de veículos de comunicação, preferência de assuntos e uso de aplicativos.

Para Prodanov e Freitas (2013, p. 69), a pesquisa quantitativa faz uso da coleta de dados através de instrumentos manipulados como escalas, testes e questionários e seu método de análise baseia-se no sistema dedutivo, através das estatísticas.

“A pesquisa quantitativa considera que tudo pode ser quantificável, o que significa traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las”. (Prodanov e Freitas, 2013, p. 69).

Ainda segundo Prodanov e Freitas (2013, p. 52) a pesquisa descritiva registra e descreve os fatos observados sem interferir neles. Visa a descrever as características de determinada população.

“Nas pesquisas descritivas, os fatos são observados, registrados, analisados, classificados e interpretados, sem que o pesquisador interfira sobre eles.” (Prodanov e Freitas, 2013, p. 52).

O grupo populacional estudado é composto de 72 mulheres e 53 homens. Dos 125 entrevistados, 83 estudam em escolas públicas estaduais enquanto que 42 estudam em escolas particulares. Quanto à classificação da moradia dos entrevistados obteve-se o seguinte resultado. Residem na zona rural 41 alunos e na zona urbana, 84.

2.2. Análise e discussão

Com base nos dados coletados através dos 125 questionários, respondidos por alunos do 3º ano do Ensino Médio de cinco escolas no município de Araripina – Pernambuco nos dias 02, 03 e 10 de outubro de 2017, têm-se caracterizado o perfil dos nativos digitais araripinenses e suas demandas comunicacionais.

Conforme classificam Don Tapscott (2010) e Marc Prensky (2001), a geração Z ou os nativos digitais são aqueles nascidos após o advento da internet e que convivem diariamente com as tecnologias oriundas.

Em Araripina – Pernambuco, 97% da amostra possui aparelho celular *smartphone*, notebook, tablet ou computador pessoal. Além disto, 91% deles afirmam acessar diariamente a internet. 2% tem acesso uma vez por semana e 7%, duas ou mais vezes por semana.

Em consonância com o que mostra a PBM2016, do Governo Federal, que indica que o brasileiro fica diariamente, em média, 300 minutos (5 horas) conectado à internet, o levantamento entre os nativos digitais araripinenses mantém e potencializa a tendência identificada.

Para 43% dos nativos digitais araripinenses o tempo médio diário de uso da internet é acima de 5 horas. Outros 32% utilizam a rede entre 3 e 5 horas, enquanto que os 25% restantes passam entre 1 e 3 horas conectados.

Quando comparada a variante do tempo médio diário de uso da internet com a classificação da escola percebe-se que 46% dos alunos da escola particular permanecem mais de 5 horas conectados enquanto que este mesmo tempo para os alunos da escola pública é de 42%. Na variante de 1h a 3h de acesso diário os alunos das escolas públicas obtêm 30% enquanto que os das escolas particulares apenas 19,5%.

Quando confrontada a variante tempo médio de uso por dia pelo local de moradia do aluno – zona urbana ou rural – observa-se que o aluno residente na zona urbana tem pouco mais que o dobro de horas do que o aluno residente no campo. Acima de 5 horas para alunos urbanos é de 50,6% enquanto que para alunos rurais chega a 27,5%.

O aluno da zona rural tem 45% de média diária de acesso à internet entre 1h e 3h contra pouco mais de 15% do residente na zona urbana.

Entre os nativos digitais araripinenses o *smartphone* é o meio de comunicação preferido para se informarem. Para 58% deles, o celular móvel é o principal veículo, seguido do computador pessoal (PC, notebook ou *tablet*) com 31%. A televisão aparece em terceiro lugar com 6%, o rádio com 3% e o jornal e revista impresso com 2%.

Este resultado corrobora os dados da PNAD 2005/2014 do IBGE que indica o crescimento do uso de celulares móveis entre os jovens das faixas etárias de 15 a 17 anos e 18 e 19 anos, que em 2014 possuíam, respectivamente, 80,8% e 87,2% de acesso aos celulares, no Brasil.

Outro destaque aponta que os meios de comunicação que precederam a geração dos nativos digitais araripinenses estão em declínio.

Prensky (2001) afirma que os nativos digitais estão sempre conectados e que recebem e compartilham informações rapidamente.

“Os Nativos Digitais estão acostumados a receber informações muito rapidamente. Eles gostam de processar mais de uma coisa por vez e realizar múltiplas tarefas. Eles preferem os seus gráficos antes do texto ao invés do oposto. Eles preferem acesso aleatório (como hipertexto). Eles trabalham melhor quando ligados a uma rede de contatos.”. (Prensky, 2001).

A pesquisa do Ibope Mídia também mostra esta relação conectada que os nativos digitais têm perante os meios de comunicação. Observa-se que, ao comparar o comportamento com as gerações Y, X ou até mesmo a *Baby Boomer*, os Z possuem índices maiores de interação multimídia.

Quando confrontados os dados do meio de comunicação preferido para se informar e segmentada a resposta entre moradores da zona rural e da zona urbana, observa-se que o aparelho celular é o principal meio entre os dois públicos para 70% da zona rural e 52% para os residentes em zona urbana.

Durante a aplicação do questionário de pesquisa procurou-se – ainda que de maneira superficial e fruto da observação do entrevistado sobre o comportamento dos pais/responsáveis – medir os seus hábitos de comunicação. Não é possível estimar a geração aos quais os pais/responsáveis pertençam, entretanto, pode-se supor que sejam, majoritariamente, da Y.

Também foi medido, os hábitos de consumo da geração de nativos digitais araripinenses com os principais meios de comunicação existentes. Eles apontaram como se comportam perante estes e qual a frequência que utilizam os mesmos.

Também foi questionado aos nativos digitais araripinenses quais as editorias que mais preferem ao acessar sites, portais e blogs. Cultura, esportes e política lideram a lista.

Entre os homens, as editorias preferidas são esportes, política e cultura. Já as mulheres preferem cultura, economia e entretenimento.

Já que 58% dos nativos digitais araripinenses apontaram que o meio de comunicação preferido para informarem-se é o *smartphone*, também foi questionado qual aplicativo principal de uso dos entrevistados.

3. CONCLUSÃO

Durante a jornada deste artigo passeamos pelo universo dos nativos digitais, ou Geração Z. Os autores, ambos da Geração Y, objetivaram identificar o perfil sócio-comunicacional dos nativos digitais araripinenses bem como descrever como utilizam os diversos meios de comunicação disponíveis sob a hipótese principal de que eles têm acesso frequente e regular à internet e aos canais de comunicação digitais.

Identificamos que eles são jovens na faixa etária entre 16 a 19 anos com plena posse dos telefones móveis – *smartphones* – bem como amplo acesso à internet e suas tecnologias. Os nativos digitais araripinenses, em média, ocupam mais de 300 minutos diariamente com o uso do celular conectado à rede mundial. Majoritariamente usam o computador e celular como principal veículo para se informarem através de aplicativos como WhatsApp e Youtube.

Entendemos também que os veículos de mídia como os impressos, o rádio e a televisão, não fazem parte do cotidiano dos nativos digitais araripinenses, pois, estes três juntos somam, apenas, 11% na preferência da geração Z.

Uma pesquisa que visitou cinco das 16 escolas do município de Araripina – Pernambuco e ouviu 125 alunos e alunas do 3º ano do Ensino Médio traz questionamentos pertinentes para o âmbito das discussões contemporâneas sobre qual é/será a maneira eficaz que nós, jornalistas, devemos produzir conteúdo para esta geração de leitores que tem acesso a tudo e em qualquer hora.

Ainda no âmbito das contribuições sociais da pesquisa, ela ajuda a formar um banco de dados atualizado sobre esta geração que, atualmente, está dentro das salas de aula das redes pública e particular do município, mas que, futuramente, comporá os mais variados segmentos sociais, atuando, inclusive como educadores das gerações vindouras.

É oportuno afirmar que tanto no aspecto profissional – da comunicação – como social e acadêmico, a geração dos nativos digitais exigirá das gerações que os precederam, um esforço para compreender seus comportamentos perante a mídia, a academia e a sociedade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOVERNO FEDERAL. **Relatório Final Pesquisa Brasileira de Mídia, 2016**. Disponível em <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016.pdf/view>>. Acesso em 29 outubro 2017.

IBOPE. Gerações Y e Z. Juventude digital, 2010. Disponível em <http://www4.ibopecom.br/download/geracoes%20y_e_z_divulgacao.pdf>. Acesso em 29 outubro 2017.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal, 2014**. Rio de Janeiro, 2016. Disponível em <<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv95753.pdf>> Acesso em 30 outubro 2017.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Demográfico 2010. Características da população**, 2010. Disponível em <<https://cidades.ibge.gov.br/xtras/temas.php?lang=&codmun=260110&idtema=90&search=pernambuco|araripina|censo-demografico-2010:-resultados-da-amostra-caracteristicas-da-populacao>>. Acesso em 29 outubro 2017.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Cesar Ernani de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. – Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

TAPSCOTT, Don. **A hora da geração digital**. Rio de Janeiro. Ed. Agir, 2010.