

6

Referências Bibliográficas

ADKINS, N. R; OZANNE, N .R.; The Low Literate Consumer; **Journal of Consumer Research**; v.32, p.93-104, Junho 2005.

BAKER, D.; **Plunder and Blunder. The Rise and Fall of the Bubble Economy**. Sausalito, CA. 2009

BARCELOS, R. H.; **Nova Mídia, Socialização e Adolescência: Um Estudo Exploratório sobre o Consumo das Novas Tecnologias de Comunicação pelos Jovens**; Dissertação de Mestrado, Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2010.

BAUERLEIN, M. **The Dumbest Generation: How the Digital Age Stupefies Young Americans and Jeopardizes Our Future (Or, Don't Trust Anyone Under 30)**, Tarcher/Penguin, NY; 2008.

BAUMAN, Z.; Ethics of Individuals; **Canadian Journal of Sociology**, Winter 2000, v.25, issue 1, p.83-96, 2000.

_____. Claus Offe: Reflections on America: Tocqueville, Weber and Adorno in the United States – Book Review. **Sociologický Časopis/Czech Sociological Review**, v. 44, n. 6; 2008.

BENAZZI, J. R. S. C.; MOTTA, P. C.; Nostalgic Trend - Implication for the Marketing of Generations. **The Business Association of Latin American Studies: Designing the 21st Century Latin American Organization**. Balas Conference Proceedings. p.430. April 4-7, 2001.

BORGES, C. C.; MAGALHÃES, A. S.; Transição para a vida adulta: autonomia e dependência na família. **Psico**, Porto Alegre, PUC-RS, v.40, n.1, p.42-49, jan./mar 2009.

BORNSTEIN, M. H.; MIYAKA, K.; TAMIS-LEMONDA, C.; A Cross-National Study of Mother and Infant Activities and Interactions: Some Preliminary Comparisons Between Japan and the United States. **Annual Report o the Research and Clinical Center for Child Development**, p.1-12, 1986.

BORNSTEIN, M. H.; AZUMA, H.; TAMIS-LEMONDA, C.; OGINO, M.; Mother and Infant Activities and Interaction in Japan and the United States: A Comparative Macro-Analysis of Naturalistic Exchanges. **International Journal of Behavioral Development**, v.13 p.267-287; 1990

BOYCE, C. C; NEALE, P. **Conducting in-depth interviews: A guide for conducting in-depth interview for evaluation input**. Pathfinder International, Watertown, MA. 2006.

BRISTOL, T.; Understanding the Adolescent`s Consumption World: Shopping, Influencing, Deceiving. **Advances In Consumer Research**, v.28, p.16-18, 2001

BROWNSTEIN, R.; Young People Seek Shelter From The Storm, **National Journal Magazine**, May 8, Disponível em http://www.nationaljournal.com/njmagazine/nj_20100505_2490.php, acessado em 04 de julho de 2010.

_____; Children of The Great Recession, **National Journal Magazine**, May 8. Disponível em http://nationaljournal.com/magazine/children-of-the-great-recession-20100508?mrefid=site_search acessado em 04 de julho de 2010.

CAMPOS, R. D.; SUAREZ, M. C; CASOTTI, L. M.; “Me explica o que é ser feminina?” Um Estudo sobre a Influência entre Gerações no Consumo de Cosméticos; **EnANPAD – 30º Encontro da ANPAD** – Salvador/BA, 23 a 27 de setembro, 2006

CANESSO, N. S.; O consumidor ator: uma análise publicitária do perfil do internauta; **XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – UNB – 6 a 9 de setembro, 2006

CARVALHO, M. S.; Sobre as origens dos paradigmas modernos do universalismo e do individualismo (a propósito de ‘cidadania’ e ‘cultura’); **Revista Filosófica de Coimbra**; n.27; pp.43-79, 2005.

CASTRO, B. G. A; **Segmentação psicográfica de consumidores: um estudo de coortes nas gerações nascidas na geração X e posteriores**. Dissertação de Mestrado. Faculdade de Ciências Econômicas – FACE, Universidade FUMEC, Belo Horizonte, 2008

CAVALCANTE, T. G.; Individualismo e Cultura: uma abordagem de algumas perspectivas de estudo na antropologia do mundo contemporâneo; **Revista Eletrônica de Ciências Sociais**, n.7;p.41- 54, Setembro, 2004.

CHAIKLIN, H. Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives [Book or Media Review]. **Journal of Nervous & Mental Disease**. V.198(2), p.167, February 2010. Disponível em http://ovidsp.tx.ovid.com/sp-3.3.0b/ovidweb.cgi?&S=NBJAFPNAAHDDJKDNNCCLCELBNLPOAA00&Link+Set=S.sh.15.16.19.26|16|sl_10, acesso em 12 de fevereiro de 2011.

CHAN, D. K. S.; Colindex: A refinement of three collectivism measures. In U. Kim, H. C. Triandis, C. Kagitcibasi, S.-C. Choi, & G. Yoon (Eds.), **Individualism and collectivism: Theory, methods, and applications**, p.200-210. Thousand Oaks, CA: Sage, 1994.

CHAPLIN, L. N.; JOHN, D. R.; Materialism in Children and Adolescents: The Role of Developing Self-Concept. **Advances in Consumer Research**, v.32, p.219-220, 2005.

CHIOU, J. S.; Horizontal and Vertical Individualism and Collectivism Among College Students in the United States, Taiwan, and Argentina; **Journal of Social Psychology**; v.141 Issue 5, p667-678, Outubro 2001.

CODRINGTON, G, GRANT-MARSHALL, S.; **Mind The Gap**. Penguin Group, London, 2004.

COIMBRA, R. G.; SCHIKMANN, R.; A Geração Net. In: **Encontro Nacional da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração**, 25, 2001. Anais... Campinas: Anpad. Disponível em http://www.aedb.br/seget/artigos09/326_Tendencias%20estrategicas%20na%20industria%20de%20midia%20impressa.pdf, acesso em 10 de setembro de 2010.

CRAY, G.; COLLINS-MAYO, S.; MAYO, B.; SAVAGE, S.; **Making sense of Generation Y: the world view of 15- to 25-year-olds**. Church House Publishing, Church House, London, 2006. Disponível em <http://books.google.com.br/books?id=deTHSHvyQTgC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>, acesso em 11 de fevereiro de 2011.

DAHLBÄCK, O.; The Individualism-Holism Problem in Sociological Research; **Journal for the Theory of Social Behaviour**; v.28 Issue 3, p237-272, Setembro 1998.

DENT J. H. S.. *The Roaring 2000s: Building the Wealth and Lifestyle You Desire in the Greatest Boom in History*. New York, Simon and Schuster, 1998.

_____. *The Great Depression Ahead*. New York: Free Press, 2009.

DI TELLA, R.; MACCULLOCH, R.; Some Uses of Happiness Data in Economics; *Journal of Economic Perspectives*; v.20, n.1; p.25-46, 2006.

DUMONT, L.; **O individualismo: uma perspectiva antropológica da ideologia moderna**. Rocco, Rio de Janeiro, 1985

ESTER, P., VINKEN, H. e DIEPSTRATEN, I.; Collective memories, Personal Biographies, and the new Millennium, Historical and Personal Correlates of Dutch People's Ideals and Anxieties for the 21st Century'. Paper apresentado no **23º Annual Scientific Meeting of the International Society for Political Psychology (ISPP)**, Seattle,WA July 1-4, 2000.

FALLOWS, J.; Millennials Uncertain Future, *National Journal Magazine*, May 8, 2010. Disponível em http://nationaljournal.com/magazine/millennials-uncertain-future-20100508?mrefid=site_search, acessado em 04 de julho de 2010.

FEITOSA, W. R.; **A Segmentação de Mercado por Meio de Coortes e Gerações**; Tese de Doutorado, Departamento de Administração, Faculdade de Economia, Administração de Empresas e Contabilidade da Universidade de São Paulo, 2009.

FEITOSA, W. R.; IKEDA, A. A.; A segmentação de mercado por meio de coortes sob a ótica de pesquisadores e profissionais de marketing. **XIII SemeAd Seminários em Administração**, p.1-16, setembro, 2010. Disponível em <http://www.ead.fea.usp.br/semead/13semead/resultado/trabalhosPDF/568.pdf>, acesso em 15 de fevereiro de 2010.

FERNANDES, A.; Telefonía Móvel e Adolescentes: Entendendo essa Nova Cultura; **XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**; 2006

FERREIRA, F. A. R., **A Influência dos Jogos Eletrônicos e do Gênero sobre o Comportamento Social dos Jovens da Geração Y**; Dissertação de Mestrado; Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, 2010. Disponível em <http://virtualbib.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/6574/Fernanda%20A.%20Ferreira.pdf?sequence=1>, acessado em 10 de agosto de 2010

FERREIRA, M. C.; ASSMAR, E. M. L.; SOUTO, S. O.; O Individualismo e o Coletivismo Como Indicadores de Culturas Nacionais: Convergências e

Divergências Teórico-Metodológicas; **Psicologia em Estudo**, Maringá; v.7, n.1; p.81-89. 2002.

FIENBERG, S. E.; MASON, W. M.; Identification and estimation of age-period-cohort models in the analysis of discrete archival data. Em Karl F. Schuessler (ed) **Sociological Methodology**, São Francisco: Jossey-Bass. 1978

_____. Specification and Implementation of Age, Period, and Cohort Models. In **Cohort Analysis in Social Research**, edited by W.M. Mason and S.E., Fienberg. New York: Springer-Verlag; p.45-88, 1985

FINKELSTEIN, M. A.; Individualism/Collectivism: Implications for the volunteer process; **Social Behavior & Personality: An International Journal**; v.38 Issue 4, p445-452, 2010

FISCHER, C. S.; Paradoxes of American Individualism; **Sociological Forum**; v.23 Issue 2, p363-372. Junho 2008.

FISKE, A. P.; Using Individualism and Collectivism to Compare Cultures – A Critique of the Validity and Measurement of the Constructs: Comment on Oyserman et al. **Psychological Bulletin**. v.128, n.1, p.78–88; 2002

FOJA, C. R.; **O Sentido do Trabalho para a Geração Y um Estudo a partir do Jovem Executivo**; Dissertação de Mestrado, Faculdade de Administração e Economia, Universidade Metodista de São Paulo; 2009

FONSECA, J. G. T.; O cultivo de si e o individualismo. **Estudos e Pesquisas em Psicologia – UERJ/RJ**. Ano 9, n.2, p.328-344. 2009

GALBRAITH, J. K.; **The Great Crash, 1929**. New York, Mariner Books, edição de 1997. Boston. 1955

GARCIA, C. A.; COUTINHO, L. G. Os novos rumos do individualismo e o desamparo do sujeito contemporâneo. **Psychê**, n.13, p.125-140, jan-jun 2004

GELFAND, M. J.; TRIANDIS, H. C; CHAN, D. K. S. Individualism versus collectivism or versus authoritarianism? **European Journal of Social Psychology**; v.26.3; p.397-410. 1996

GERACI, J. C.; NAGY, J.; Millennials – the new media generation; **International Journal of Advertising & Marketing to Children**; v.5, issue 2; p.17-22; 2004

GLENN, N. D.; Cohort Analysts' Futile Quest: Statistical Attempts to Separate Age, Period and Cohort Effects (Comments on Mason, Mason, Winsborough &

Poole, ASR April, 1973 and Knoke & Hout, ASR October, 1974), **American Sociological Review**, v.41, p.900-905.; 1976

_____. **Cohort Analysis**, Sage University Paper Series on Quantitative Applications in the Social Science. Beverly Hills and London: Sage Publications, 1977

GORDINIER, J.; **X Saves the World: How Generation X Got the Shaft but Can Still Keep Everything from Sucking**, Penguin Group, NY, 2008

GOUVEIA, V. V.; ANDRADE, J. M.; JESUS, G. R.; MEIRA, M; SOARES, N. F.. Escala multifatorial de individualismo e coletivismo: elaboração e validação de construto. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, v.18, n.2, p.203-212; mai-ago 2002

GOUVEIA, V. V.; CLEMENTE, M.; O individualismo-coletivismo no Brasil e na Espanha: correlatos sócio-demográficos. **Estudos de Psicologia**, v.5, n.2, dez., p.317-346. 2000

GOUVEIA, V. V.; **Self, Culture and Sustainable Development – in Psychology of Sustainable Development**, Chapter 8, edited by Peter Schmuck and Wesley P. Schultz. Kluwer Academic Publishers, Norwell, Massachussets. 2002 Disponível em http://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=LnXtkivuvigC&oi=fnd&pg=PA151&dq=collectivism+sustainability&ots=fmbOzulu7N&sig=Sn9dksFeHm2JEEuwgnH_1159q9Q#v=onepage&q=collectivism%20&f=false, acesso em 12 de fevereiro de 2011.

GRONBACH, K. W.; **The Age Curve, How to Profit from the Coming Demographic Storm**. New York, American Management Association. 2008

HELLE, H. J.; Soziologie der Konkurrenz - Sociology of Competition by Georg Simmel; **Canadian Journal of Sociology**; Winter, v.33 Issue 4, p945-956. 2008

HOFSTEDE, G., **Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values** (Sage, Beverly Hills), 1980. Disponível em http://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=Cayp_Um4O9qC&oi=fnd&pg=PA7&dq=Hofstede,+G.:+1980,+Culture's+Consequences:+International+Differences+in+Work-Related+Values&ots=V1KFJwMPI7&sig=QHfER17waplfEUtx0_XfLfcacv4#v=onepage&q=Hofstede%2C%20G.%3A%201980%2C%20Culture's%20Consequences%3A%20International%20Differences%20in%20Work-Related%20Values&f=false, acesso em 15 de fevereiro de 2011.

HOFSTEDE, G.; HILAL, A. V. G.; MALVEZZI, S.; TANURE, B.; VINKEN H.; Comparing Regional Cultures Within a Country: Lessons From Brazil. **Journal of Cross-Cultural Psychology**; v.41(3); p.336-352. 2010

HOLBROOK, M. B.; Nostalgia and consumption preferences: some emerging patterns of consumer tastes. **Journal of Consumer Research**, v.20, p.245-256. Setembro 1993

_____. The Millennial Consumer in the Texts of Our Times: Experience and Entertainment. **Journal of Macromarketing**, v.20 (December), p.178-192. 2000

_____. The Millennial Consumer in the Texts of Our Times: Exhibitionism. **Journal of Macromarketing**, v.21 (June), p.81-95. 2001

_____. The Millennial Consumer in the Texts of Our Times: Evangelizing. **Journal of Macromarketing**, v.21 (December), p.181-198. 2001

HOLBROOK, M. B., SCHINDLER, R. M. Some exploratory findings on the development of musical tastes. **Journal of Marketing Research**, v.16, p.119-124. Junho. 1989

_____. Nostalgic Bonding: Exploring the role of nostalgia in the consumption experience. **Journal of Consumer Behavior**, v.3.2, p.107-127. 2003

_____. Critical Periods in The Development of Men's and Woman's Taste in Personal Appearance. **Psychology & Marketing**, v.10,6 (Nov/Dez): p.549-550; 1993

_____. Age, Sex and Attitude Toward the Past as Predictors of Consumer` Aesthetic Tastes for Cultural Products. **Journal of Marketing Research**, v.31 (Aug): p.412-422; 1994

HOOVER, E.; The Millennial Muddle; **Chronicle of Higher Education**, v.56, n.8; 2009

HOWE, N; STRAUSS, W; **Millennials Rising – The Next Great Generation**. Vintage Books – Random House Inc., New York, NY. 2000

_____ ; The Next 20 Years: How Customer and Workforce Attitudes Will Evolve; **Harvard Business Review**; 85(7-8) ; p.41-52. 2007

HUGHES, G. D.; **Demand Analysis for Marketing Decisions**, Homewood, Il: Richard D. Irwin. 1973

IKEDA, A. A.; CAMPOMAR, M. C.; PEREIRA, B. C. S.; O uso de coortes em segmentação de marketing. **O&S**. v.15, n.44. Janeiro/Março 2008

ILHA, P. C. A.; CRUZ, D. M.; Jogos eletrônicos na educação: uma pesquisa aplicada do uso do Sim City 4 no ensino médio; **Anais do XXVI Congresso da SBC**, Campo Grande/MS, 14 a 20 de julho, 2006

JARDIM, G. A. S.; O individualismo na cultura moderna; **Revista Eletrônica de Ciências Sociais**; n.7; set; p.23-31. 2004

KANSAS, D.. **Guide to the End of Wall Street**. New York. 2009

KIM, Y; CHOI, S. M.. Antecedents of Green Purchase Behavior: An Examination of Collectivism, Environmental Concern, and PCE. **Advances in Consumer Research**, v.32, p.592-599, 2005

KITAJIMA, I.; MOTTA, P. C.; The Cohort Effect on Musical Taste. **The Business Association of Latin American Studies**. Balas Annual Conference, Maio – Madrid, 2005

KORNHAUSEN, A.; LAZERSFELD, P. F. The analysis of consumer actions, **The Techniques of Market Research from the Standpoint of a Psychologist**. New York: American Management Association. 1935

KROWSKE, B. J.; RASCH, R.; WILEY, J.; Millennials' (Lack of) Attitude Problem: An Empirical Examination of Generational Effects on Work Attitudes, **Journal of Business Psychology**, 25, pp.265-279; 2010

KRÜGER, F. L.; CRUZ, D. M.; Jogos (virtuais) de simulação da vida (real): o The Sims e a geração Y; **Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Federal Fluminense**, 2007. Disponível em <http://www.uff.br/ciberlegenda/ojs/index.php/revista/article/view/196/92>, acesso em 18 de setembro de 2010

KRUGMAN, P.; **The Return of Depression Economics and the Crisis of 2008**. New York, W.W. Norton and Company. 2009

LANCASTER, L. C.; STILLMAN, D.; **When Generations Collide**. HarperColins Publishers Inc., New York, NW. 2002

LASSK, F. G.; FUGATE, D.; **A cross-cultural comparison of future managers' worldviews: Does Hofstede's typology apply to Generation Y?**. 2001. Disponível em

em

<http://marketing.byu.edu/htmlpages/ccrs/proceedings03/papers/Lassk-Fugate.doc>, acesso em 12 de fevereiro de 2011.

LEE, J. A.; Adapting Triandis's Model of Subjective Culture and Social Behavior Relations to Consumer Behavior; **Journal of Consumer Psychology**, v.9 Issue 2, p117-126; 2000

LEMONS, J. F. **A geração digital na mídia: Juventude, tecnologia e subjetividade**; Dissertação de Mestrado; Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro; 2009

MASON, W. M., FIENBERG, S. E. Introduction: beyond the identification problem. In **Cohort analysis in social research: beyond the identification problem**. MASON, W. M., FIENBERG, S. E. New York: Springer-Verlag. 1985

MANNHEIM, K. Das Problem der Generationen, Reimpresso em **Essays on the Sociology of Knowledge**. London: Routledge. 1928

MEREDITH, G., SCHEWE, C. D.; The power of cohorts. **Marketing Management**. p.22-31. Dezembro 1994

MEREDITH, G., SCHEWE, C. D., KARLOVICH, J.; **Defining markets, defining moments: America's 7 generational cohorts, their shares experiences and why business should care**. New York: Hungry Minds, Inc. 2002

MERCIAC, J P; WOEHR, D J.; BANISTER, C.; Generational Differences in Work Ethic: An Examination of Measurement Equivalence Across Three Cohorts; **Journal of Business Psychology**, 25, pp.315-324. 2010

MILES, S.; CLIFF, D.; BURR, V.; 'Fitting In and Sticking Out': Consumption, Consumer Meanings and the Construction of Young People's Identities. **Journal of Youth Studies**, v.1, n.1, p.81-96; 1998

MOSS, S.; Generational Cohort Theory. **Psychlopedia**; 2010, em <http://www.psych-it.com.au/Psychlopedia/article.asp?id=374>, acessado em 30 de julho de 2010.

MOTLEY, C. M., HENDERSON, G. R. e BAKER, S. M.; Exploring Collective Memories Associated With African-American Advertising Memorabilia. **Journal of Advertising**, v.32,1, Fall, 47-61. 2003

MOTTA, P. C.; ROSSI, M. Z. G.; SCHEWE, C. D.; Generational marketing: exploring cohort-programmed values and their implications on cross-cultural

variations in consumer behavior between Brasil and United States. **Revista Portuguesa de Marketing**, IPAM, Porto, n.12, p. 11-21. 2002

MOTTA, P. C.; ROSSI, M. Z. G.; VALENTE, P.; Venderam Meu Futuro: Crise e a Nova Geração. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, UFF, n.6, p. 27-47. 2009

MOTTA, P. C.; SCHEWE, C. D.; Are Marketing Management Decisions Shaped During One's Coming of Age? **Management Decision**, v.46, n.7, p. 1096-1110. 2008

NASCIMENTO, J. R., Nova Economia, Novo Consumidor; **Revista de Comunicação e Marketing**, n.1, dez, Lisboa. 2000

NEUBERT, L. F.; O Indivíduo, a Liberdade e o Lazer na Modernidade. **XIV Congresso Brasileiro de Sociologia**, 28 a 31 de julho de 2009 – Rio de Janeiro, RJ. Em [http://starline.dnsalias.com:8080/sbs/arquivos/14_6_2009_16_19_28.F.Neubert\).pdf](http://starline.dnsalias.com:8080/sbs/arquivos/14_6_2009_16_19_28.F.Neubert).pdf), acesso em 20/11/2010.

NEUWIRTH, G.; Georg Simmel on Individuality and Social Forms: Selected Writings; **Contemporary Sociology**; v.1 Issue 6, p.516-517; 1972

NG, E.; SCHWEITZER, L.; LYONS, S.; New Generation, Great Expectation: A Field Study of the Millennial Generation; **Journal of Business & Psychology**; v.25, issue 2; p.281-292. 2010

NOBLE, S. M.; SCHEWE, C. D.; The Globalization of Values: A Comparison of the United States and the Kingdom of Jordan. **AMA Winter Educators' Conference**, Scottsdale, Arizona, 2001

_____; Cohort segmentation: An exploration of its validity. **Journal of Business Research**; v.56. p.979-987. 2003

OLIVEIRA, L. B.; **Construindo uma carreira em administração: perspectivas e estratégias de jovens universitários do Rio de Janeiro**. Tese de Doutorado, Instituto Coppead de Administração, Universidade Federal do Rio de Janeiro. 2009

PAQUET, S. L.; KLINE, T. J. B.; Uncovering the Psychometric Properties of Scales Measuring Individualist and Collectivist Orientations; **International Journal of Testing**; v.9 Issue 3, p.260-270; 2009

PALMORE, E. When can age, period and cohort be separated? **Social Forces**, v. 57, p. 282-295. 1978

PENNINGTON-GRAY, L.; FRIDGEN, J. D.; STYNES, D. Cohort Segmentation: an application to tourism. Taylor & Francis Group, **Leisure Sciences**, p. 341-361; 2003

PEREIRA, R. C.; ALMEIDA, S. O.; LAUX, F. N.; Marketing de Gerações: Construção e Teste de Escala para Avaliação da Marca de Refrigerante Coca-Cola por Jovens na Fase de Transição entre as Gerações X e Y; **REAd – Revista Eletrônica de Administração**; edição 52; v.12, n.4; jul-ago 2006. Disponível em <http://seer.ufrgs.br/read/article/view/14680/8589>, acesso em 15 de setembro de 2010.

PEW RESEARCH CENTER ; **Millennials – A Portrait of Generation Next**. 2010 Disponível em <http://pewsocialtrends.org/assets/pdf/millennials-confident-connected-open-to-change.pdf>, acesso em 21 de junho de 2010.

PODOKSIK, E.; Georg Simmel: Three Forms of Individualism and Historical Understanding; **New German Critique**, v.37, n.1 109, Winter 2010

PORTES G. E. P.; **Geração Y – características e liderança: uma discussão sobre a importância do autoconhecimento no desenvolvimento da confiança e de uma cultura de transparência para estes líderes**. 2009. Disponível em <http://www.pg.cefetpr.br/incubadora/wp-content/themes/utfpr-gerec/artigos/39.pdf>, acesso em 15 de setembro de 2010.

PRENSKY, M.; Digital Natives, Digital Immigrants. In: **On the Horizon (MCB University Press)**, v. 9 n. 5, October 2001. Disponível em <http://www.marcprensky.com/writing/prensky%20-%20digital%20natives,%20digital%20immigrants%20-%20part1.pdf>, acesso em 12 de fevereiro de 2011.

_____.; Digital Natives, Digital Immigrants. In: **On the Horizon (MCB University Press)**, v.9 n.6, December 2001. Disponível em <http://www.marcprensky.com/writing/prensky%20-%20digital%20natives,%20digital%20immigrants%20-%20part2.pdf>, acesso em 12 de fevereiro de 2011.

RENTZ, J. O. **The impact of aging, period and cohort membership on consumption of a product class**. Ph. D. Dissertation. University of Georgia. 1980

RENTZ, J. O.; REYNOLDS, F. D.; STROUT, R. G.; Analyzing changing consumption patterns with cohort analysis. **Journal of Marketing Research**, v.20 n.1, p.12-20. Fevereiro 1983

REYNOLDS, F. D.; RENTZ, J. O.; Forecasting the effects of an aging population on product consumption: an age-period framework. **Journal of Marketing Research**, v.28, n.8, p. 355-360. 1991

REYNOLDS, F. D.; RENTZ, J. O.; Cohort analysis: an aid to strategic planning. **Journal of Marketing**, v.45, n.1, p.62-70, Summer 1981

REYNOLDS, F. D.; WELLS, W. D.; **Consumer Behavior**, New York: McGraw-Hill. 1977

RILEY, M. W.; Aging and Cohort Succession: Interpretations and Misinterpretations, **Public Opinion Quarterly**. v.37, p.35-49. 1973

RINDFLEISCH, A.; Cohort Generational Influence on Consumer Socialization. **Advances in Consumer Research**, v.21, p.470-476. 1994

ROGLER, L. H.; Historical Generations and Psychology – The Case of the Great Depression and World War II. **American Psychologist**, v.57, n.12, p.1013-1023. 2002

ROSSI, M. Z. G.; **Explorando Valores Programados por Coortes Geracionais como Discriminadores de Segmentos de Consumidores**. Tese de Doutorado, Departamento de Administração, PUC-Rio, Abril 2003

RUBENS, M. e MOTTA, P.C. Exploratory Findings of Cohort Effects: Preferences for Cultural Products. In Delener, N. and Chao, C. (Eds), Readings Book, **Global Business and Technological Association**. Lisbon, pp. 1060-99. 2005

RYDER, N. B. The cohort as a concept in the study of social change. **American Sociological Review**, v.30, p.843-861. 1965

SAUNDERS, S.; MUNRO, D.; An Exploratory Look at Fromm`s Marketing Character and Individualism/Collectivism; **Social Behavior & Personality: An International Journal**; v.29 Issue 2, p153-157; 2001

SCHEWE, C D.; NOBLE, S M.; Marketing Segmentation by Cohorts: the Value and Validity of Cohorts in America and Abroad; **Journal of Marketing Management**, v.32, p.163-175. Maio 2000

_____. Segmenting Global Markets by Generational Cohorts: Determining Motivations by Age. **Journal of Consumer Behavior**, v.4, 1, p.51-63; 2004

SCHWE, C. D.; DEBEVEC, K; DIAMOND, W.; ZANJANI, S. H. A.; Are Today's Millennials About to Splinter into a New Generational Cohort? An Analysis of College Upperclassmen; **2010 AMA Summer Marketing Educators' Conference – Conference Program**, Boston. 2010

SCHOOLER, C.; History, social structure and individualism, a cross cultural perspective in Japan; **International Journal of Comparative Sociology** (Brill Academic Publishers); Feb, v.39 Issue 1, p32-51. 1998

SCHOOLEY, C.; **Get Ready, the Millennials are Coming**, Forester Research Inc., September 2005

SCHUMAN, H.; CORNING, A. D.; Comparing Iraq to Vietnam – Recognition, Recall, and the Nature of Cohort Effects. **Public Opinion Quarterly**, v.70, n.1, p.78-87. Spring 2006

SCHUMAN, H.; AKIYAMA, H.; KNÄUPER, B.; Collective memories of Germans and Japanese About the Past Half Century. **Memory**, v.6, n.4, p.427-457. 1998

SCHUMAN, H.; RODGERS, W. L.; Cohorts, Chronology, And Collective Memories; **Public Opinion Quarterly**, v.68 n.2, p.217-254. 2004

SCHUMAN, H.; SCOTT, J.; Generations And Collective Memories; **American Sociological Review**, v.54, p.259-381. 1989

SCHWARTZ, S. H.; Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries. In: **Advances in Experimental Social Psychology**, ed. M.Zanna, v.25, p.1-66. Academic Press, New York; 1992

SCOTT, J.; ZAC, J.; Collective memories in Britain and the United States. **Public Opinion Quarterly**, v.57, n.3, p.315-331. 1993

SHAVITT, S., ZHANG, J.; TORELLI, C. J.; LALWANI, A. K.; Reflections on the Meaning and Structure of the Horizontal/Vertical Distinction; **Journal of Consumer Psychology**; v.16 Issue 4, p.357-362; 2006

SHETH, J. N.; SISODIA, R. S.; SHARMA, A.; The Antecedents and Consequences of Customer-Centric Marketing; **Journal of the Academy of Marketing Science**; v.28, n.1, p.55-66; 2000. Disponível em

<http://www.springerlink.com/content/7951n32150228mn7/fulltext.pdf>, acesso em 12 de fevereiro de 2011.

SILVA, D. A. L.; **Cultura Digital e sua influência na socialização dos jovens, segundo a percepção docente**. Dissertação de Mestrado. Centro de Humanidades, Universidade Federal do Ceará. 2009

SIMÕES, L.; GOUVEIA, L. B.; Geração Net, Web 2.0 e Ensino Superior; **Novos Média, Novas Gerações, Novas Formas de Comunicar. Edição especial Cadernos de estudos mediáticos**, n.6; Edições Universidade Fernando Pessoa, p.21-32. 2008

SIRIAS, D.; KARP, H. B.; BROTHERTON, T. Comparing the levels of individualism/collectivism between baby boomers and generation X: Implications for teamwork. **Management Research News**; v.30, n.10, p.749-761. 2007

SOARES, A. M.; FARHANGMEHR, M.; SHOHAM A.; Hofstede's dimensions of culture in international marketing studies; **Journal of Business Research**, v.60 Issue 3, p.277-284. March 2007

SOLOMON, M. R.; **Consumer behavior: buying, having, and being**. 3rd edition, Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall. 1992

SPIZZIRRI, R. C. P.; **O Uso da Internet na Adolescência: Aspectos Relativos às Relações Familiares na Pós-Modernidade**; Dissertação de Mestrado; Faculdade de Psicologia; PUC-RS; 2008. Disponível em http://tede.pucrs.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=1975, acesso em 10 de agosto de 2010

STOLCKE, V.; Gloria o Maldición del Individualismo Moderno según Louis Dumont. **Revista de Antropologia**, v.44, n.2, p.7-37. 2001

STRAUSS, W.; HOWE, N.; **Generations: the History of America's Future, 1584 to 2069**. William Morrow and Company Inc., New York, NY. 1991

_____. **The Fourth Turning: An American Prophecy**. Broadway Books, New York, NY. 1997

_____. Today's teens are less selfish than some adults think. **Science Monitor**, v.99, n.67. 2007

SUAREZ, M. C.; **Criação, movimento e negociação de significados a partir do não consumo: um estudo do abandono das categorias de automóvel e cigarro**. Tese de Doutorado, Departamento de Administração, PUC-Rio. 2010

SYRETT, M; LAMMIMAN, J;. Advertising and Millennials; **Young Consumers**. Quarter 3, v.5; Issue 4; p.62-73. 2004

TAPSCOTT, D.; **Geração Digital: A Crescente e Irreversível Ascensão da Geração Net**, Makron Books do Brasil, 1ª ed, São Paulo; Tradução de Ruth Gabriela Bahr de Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation (1998), 1999

TELES, A; **Geração Digital: como planejar o seu marketing para geração que pesquisa Google, se relaciona no Orkut, manda mensagens pelo celular, opina em blogs, se comunica pelo MSN e assiste a vídeos no YouTube**. Editora Landscape, São Paulo. 2009

THE ECONOMIST; **Profiting from friendship: Social Networks have a better chance of making money than their critics think**, 2010. Disponível em <http://www.economist.com/node/15351026>, acesso em 15 de agosto de 2010.

THOMPSON, D.; Millennials chasing their dreams, by necessity, **National Journal Magazine**, May 8. 2010. Disponível em http://nationaljournal.com/njmagazine/nj_20100508_4630.php acesso em 04 de julho de 2010.

TORRES, C. V.; ALLEN, M. W.; Influência da Cultura, dos Valores Humanos e do Significado do Produto na Predição do Consumo: Síntese de Dois Estudos Multiculturais na Austrália e no Brasil; **RAM – Revista de Administração Mackenzie**; v.10, n.3; p.127-152; 2009. Disponível em <http://www3.mackenzie.br/editora/index.php/RAM/article/viewFile/1069/785>, acesso em 25 de setembro de 2010

TRIANDIS, H. C.; **Culture and Social Behavior**. McGraw-Hill, New York. 1994
_____; Individualism-Collectivism and Personality; **Journal of Personality**; v.69 Issue 6, p.907-924; 2001

TRIANDIS, H. C.; CHAN, D. K. S.; BHAWUK, D. P. S.; IWAO, S.; SINHA, J. B. P.; Multimethod Probes of Allocentrism and Idiocentrism; **International Journal of Psychology**; v.30 Issue 4, p.461-480. Aug 1995

TRIANDIS, H. C.; EUNKOOK M. S. Cultural Influences on Personality; **Annual Review of Psychology**; v.53, n.1 February 2002

TRIPATHI, R. C.; LEVIATAN, U.; Individualism and Collectivism: In Search of a Product or Process? **Culture & Psychology**, v.9(1), p.79-88. 2003

TRIVIÑOS, A.N.S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas. 1990

TRZESNIEWSKI, K. H.; DONNELLAN, M. B.; ROBINS, R.W.; Do today's young people really think they are so extraordinary? An examination of secular changes in narcissism and self-enhancement. **Psychological Science**, v.19, p.181-188. 2008

TRZESNIEWSKI, K. H.; DONNELLAN, M. B.; Reevaluating the evidence for increasing selfviews among high school students: More evidence for consistency across generations (1976–2006). **Psychological Science**, v.20, p.920-922. 2009

_____. Rethinking “Generation Me” A Study of Cohort Effects From 1976–2006. **Perspectives on Psychological Science**. v. 5 n.1 p.58-75. January 2010

TULGAN, B.; **Not Everyone Gets a Trophy: How to Manage Generation Y**. Wiley Imprint, San Francisco, CA. 2009

TWENGE, J. M.; **Generation Me: why today’s young Americans are more confident, assertive, entitled – and more miserable than ever before**, Simon & Schuster, Inc., Free Press. 2006

_____. A Review of the Empirical Evidence on Generational Differences in Work Attitudes, **Journal of Business Psychology**, 25, pp.201-210. 2010

TWENGE J. M., CAMPBELL S. M.; Generational Differences in Psychological Traits and Their Impact on the Workplace, **Journal of Managerial Psychology**, v.23, n.8, pp.862-877; 2008

TWENGE J. M., CHARLES I. M.; Changes in the Need for Social Approval, 1958-2001, **Journal of Research in Personality**, 41, pp.179-189. 2007

VAN DUIJN, J. J.; **The Long Wave in Economic Life**. London: Allen & Unwin. 1983

VASCONCELOS K. C. A., MERHI D. Q., LOPES V. M. G., DA SILVA A. R. L.; A Geração Y e Suas Âncoras de Carreira, **II Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho**, Curitiba/PR, 15 a 17 de novembro 2009

VELOSO, E. F. R.; DUTRA, J. S.; NAKATA, L. E.; Percepção sobre carreiras inteligentes: diferenças entre as gerações Y, X e baby boomers; **EnANPAD – XXXII Encontro da ANPAD** – Rio de Janeiro/RJ – 6 a 10 de setembro 2008

VER HAN, S. P.; SHAVITT, S.; Persuasion and culture: Advertising appeals in individualistic and collectivistic societies. **Journal of Experimental Social Psychology**, v.30, issue 4, p.326-350. July 1994

VITELL, S. J.; NWACHUKWU, S. L.; BARNES J. H.; The effects of culture on ethical decision-making: An application of Hofstede's typology; **Journal of Business Ethics**; v.12; p.753-760. 1993

VON FREYMANN, J. F.; Age and Generational Cohort Effects in Store Assessments and Choice: a Case Study. **The Marketing Management Journal**, v.16, issue 2, p.203-222. 2006

WAGNER, A; RIBEIRO, L. S.; ARTECHE, A. X.; BORNHOLDS, E. A.; Configuração familiar e o bem-estar psicológico dos adolescentes; **Psicologia: Reflexão e Crítica**; v.12, n.1, 1999. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/relacoesfamiliares/Artigos/configuracao%20familiar%20e%20o%20bemestar%20psicologico%20dos%20adolescentes.pdf>, acesso em 07 de fevereiro de 2011.

WATSON, P. J.; MORRIS, R. J.; Individualist and Collectivist Values: Hypotheses Suggested by Alexis de Tocqueville; **Journal of Psychology**; v.136 Issue 3, p263-271. May 2002

WOODS JR., THOMAS E.; **Meltdown**. Washington, Regnery Publishing, Inc. 2009

YANG, Y.; FU, W. J.; LAND, K. C.; A Methodological Comparison of Age-Period-Cohort Models: The Intrinsic Estimator and Conventional Generalized Linear Models. **Sociological Methodology**, v.34, n.1, p.75-110, 2004

YANG, Y.; LAND, K. C.; A Mixed Models Approach to the Age-Period-Cohort Analysis of Repeated Cross-Section Surveys, with an Application to Data on Trends in Verbal Test Scores. **Sociological Methodology**, v.36, issue 1, p.75-97. 2006

ZAFIROVSKI, M. Z.; Spencer is dead, long live Spencer: individualism, holism, and the problem of norms; **British Journal of Sociology**; v.51 Issue 3, p.553-579. Sep 2000