**EXPRESSÕES ARTÍSTICAS NO SÉCULO XXI : UM PERFIL DA GERAÇÃO Z**

***Mariana Henriques Marthaus 1, Letícia Fernandes 2, Zaôr Caetano Junior 4***

*1 Estudante do ensino médio no Colégio Bom Jesus Centro, Curitiba - PR*

*E-mail: Marihenriques.m@gmail.com*

*2 Estudante do ensino médio no Colégio Bom Jesus Centro, Curitiba - PR*

*E-mail: Letifernandes1101@gmail.com*

***4*** *Orientador(a)/Professor(a) do Colégio Bom Jesus Centro, Curitiba - PR*

*E-mail: Zaor.junior@bomjesus.br*

**PALAVRAS-CHAVE :** Geração Z; Expressões artísticas; Socialização.

**Introdução**As artes, expressões artísticas e movimentos estéticos, como a moda, cinema e a literatura, sempre tiveram influência direta e indireta na construção da identidade individual e coletiva dos jovens de uma geração. Da mesma maneira, a juventude também influencia, reciprocamente, as expressões artísticas como um todo. Essa dinâmica pode explicar muito do processo de formação da visão de mundo de uma geração, e como ela interage com a sociedade na qual está inserida, principalmente socialmente.

**Materiais e Métodos**

Para a coleta de informações, foi utilizado um formulário (google forms) com perguntas a respeito da visão dos jovens da geração Z sobre cinema, moda e literatura, no qual os entrevistados descrevem o grau de importância que essas influências artísticas têm em seus cotidianos. Com base nas respostas obtidas, serão traçados perfis que englobam as similaridades presentes para que se possa criar uma relação entre os fatores sociais e o impacto relativo das artes em cada grupo, teoricamente.

**Resultados e Discussões**

A coleta de dados já foi feita, e o tratamento estatístico da informação está atualmente em processo de ser realizado.

**Considerações Parciais ou Finais**

Espera-se encontrar dados que comprovem a ligação direta entre as artes e o processo de socialização e individualização da geração Z, como, por exemplo, ‘’jovens que consomem filmes de gênero ‘X’ são mais propensos a enxergarem a relevância da arte em seu dia a dia como de grau ‘Y’’’. Além disso, resultados relevantes são esperados no tocante à relação que a situação social-demográfica e o perfil individual do jovem contribuem na influência da arte consumida, como, por exemplo, ‘’jovens da região ‘X’ do país são mais propensos a considerarem aspecto ‘Y’ da arte ao decidir por qual consumir.’’

**Referências**

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social:** classe, gênero e identidade das roupas. Editora Senac. São Paulo;

RANCIÈRE, Jaques. **A** **Partilha do sensível:** estética e política. Editora 34. São Paulo; 2005.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade:** A era da informação : economia, sociedade e cultura vol. 2. Paz e Terra. São Paulo; 2010.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica**. L&PM. Rio Grande do Sul, 2018.

**Agradecimentos**

Agradecemos ao nosso Professor Orientador Zaôr Caetano Junior que nos auxiliou durante o processo de construção do nosso projeto e ao Professor Matheus Machado Vieira, que como historiador, nos recomendou as referências bibliográficas fazendo com que as compreendessemos.