PREFEITURA DE SANTOS
Secretaria de Educação

UME PEDRO II

TURMAS: 8º ANO A/B/C

AULA 6 – PORTUGUÊS (SEMANA DE 29 DE MARÇO A 09 DE ABRIL)

PROFESSOR(A): ELAINE FEITOSA

ENCAMINHAR PARA: elaine.f.c.p.b@gmail.com OU WHATSAPP: 99747-0600

Olá, queridos estudantes! Nesta quinzena o tema será sobre a geração y, ou *millennials*, uma geração de pessoas hiperconectadas com o mundo digital e como suas atitudes modificam as formas de pensar, agir e consumir no mercado. Faça a leitura, reflita e em seguida copie e responda as perguntas. Não é necessário copiar o texto. Bons estudos!!!

Geração dos *Millennials*: Onde vivem, como pensam, como compram e como vendem

A geração dos ***Millennials***, seu comportamento e padrão de consumo, é pauta de discussão em todos os meios, seja na psicologia, marketing, gestão de equipe ou vendas, e cada vez mais é necessário atualizar nossos conhecimentos para acompanhar essa renovação. Mas você sabe quem são os *millennials*?

Também conhecidos como geração Y, os *millennials* representam uma faixa demográfica da população mundial. Alguns estudiosos diferem sobre as datas exatas, mas estima-se que essa geração representa os nascidos entre o período da década de 80 até o começo dos anos 2000.

Podemos falar que essa nova geração desenvolveu-se numa época de grandes avanços tecnológicos e prosperidade econômica. Vivendo em ambientes altamente urbanizados, **os *millennials* presenciaram uma das maiores revoluções na história: a Internet**.

A Internet teve papel fundamental para chegarmos onde estamos hoje como sociedade. Basta olhar os avanços permitidos pela maior conectividade com pessoas, serviços e produtos.

As interações virtuais mudaram não só as relações midiáticas e sociais, mas também as relações de trabalho. É só pensar no enorme mercado digital que temos hoje e quantas pessoas ele impacta. Aposto que você, em algum momento, já se perguntou: ***Como as pessoas viviam sem o Google, cara?***

As pessoas viviam sim, amigo. Mas não podemos negar que o Google trouxe uma porção de novas utilidades, novas maneiras de se fazer negócio e um novo mercado a ser explorado. Mas qual a relação desse fenômeno com os *millennials*?

Ela é de certa forma bem simples. A geração Y nasceu nesse mundo, foi criada nesse modelo de civilização cada vez mais conectada e globalizada. Se a geração X foi concebida na transição para o novo mundo tecnológico, a geração Y foi a primeira verdadeiramente nascida neste meio, mesmo que incipiente.

Os *millennials* estão a um clique de resolver alguma dúvida ou obter informação. De certa forma, as crianças tendem a interagir menos com os pais e os professores, uma vez que eles conseguem achar o que procuram de maneira mais rápida na tela de computador. Veja bem, não estou fazendo juízo de valor sobre esse tipo de padrão comportamental, mas você há de concordar comigo que essa tendência tem grande influência no *status quo,* não é mesmo?

A geração Y vem mudando as relações de trabalho e consumo e isso, hoje, é um fato. Mas como devemos nos adaptar a esses novos padrões? Como vender para esse tipo de público?

Os *Millennials* têm a expectativa de ter informação e entretenimento disponíveis em qualquer lugar e em qualquer altura. A cultura de compra vai se adequando na medida com que a sociedade vai se desenvolvendo. As técnicas e metodologias de vendas devem ir se adaptando e se renovando com o passar do tempo.

Características de consumo da geração *millennials*

- **Eles não são influenciados por propagandas –** A Geração Y acredita que a publicidade não é autêntica – é por isso que TV em streaming online e os bloqueadores de propaganda no Facebook e no Youtube fazem tanto sucesso**.**
- **Eles procuram por resenhas em blogs antes de comprar algo –** Na hora de fazer uma compra, os *millennials* tendem a se basear em resenhas em blogs. As gerações mais antigas confiam nas mídias mais tradicionais, enquanto a Geração Y procura nas mídias sociais uma abordagem mais autêntica e sincera sobre os produtos.
- **Eles valorizam mais a autenticidade do que o conteúdo –** Os *millennials* precisam confiar na plataforma antes mesmo de lerem o que é produzido. Os blogs tendem a ser mais verdadeiros e comandados por poucas pessoas – a Geração Y se conecta melhor com indivíduos do que números.
- **Eles querem estabelecer uma relação com as marcas nas mídias sociais –** Se uma marca se relaciona com eles nas redes sociais, isto aumenta a probabilidade de tornarem-se clientes. Isso gera mais trabalho para as empresas, mas é a melhor forma de chegar até a Geração Y.

- **Eles querem coproduzir com as empresas –** Hoje em dia, as companhias criaram os produtos e esperam que seu público-alvo vá consumi-los. A Geração Y quer estar envolvida na produção.
- **Eles usam diferentes aparelhos eletrônicos –** A Geração Y ama novas tecnologias, mas para manter a marca relevante, é preciso conquistá-los assim que a plataforma for lançada.
- **Eles são consumidores leais –** Quanto mais cedo uma conexão forte é estabelecida, melhor para as empresas porque estes indivíduos tendem a continuarem a usar seus produtos conforme forem envelhecendo.

A geração Y constitui um grande pedaço da população mundial. Estima-se que 25% da população dos Estados Unidos, por exemplo, é composta por *millennials.* Isso representa um mercado consumidor enorme! Portanto, não haverá espaço para as empresas que não se adaptarem às tendências de compras e padrões de comportamento desse público.

In: https://reev.co/geracao-dos-millennials/ , Por Arthur Viana, abril 14, 2016.

COMPREENDENDO O TEXTO

01- Em quais áreas de conhecimento o tema *millennials* aparece?

02- De acordo com o texto, quem são os indivíduos considerados *millennials*?

03- Qual o grande marco em termos de evolução que a geração dos *millennials* presenciou?

04- Coloque verdadeiro ou falso para as frases extraídas do texto:

A) A Internet teve papel fundamental para chegarmos onde estamos hoje como sociedade. ( )

B) As interações virtuais mudaram não só as relações midiáticas e sociais, mas também as relações de trabalho. ( )

C) O mercado digital que temos hoje e quantas pessoas ele impacta, em nada contribui para a sociedade. ( )

D) A geração Y (*millennials*) nasceu nesse mundo, foi criada nesse modelo de civilização cada vez mais conectada e globalizada. ( )

05- Cite as características que definem de forma genérica os *millennials* no que se refere ao consumo.

06- Com suas palavras, responda de que maneira o mercado precisa se adaptar para conquistar o público da geração Y.

REFLETINDO SOBRE O TEXTO

Faça uma pequena pesquisa sobre quais as dificuldades que os jovens da geração Y, Z e Alpha enfrentam por serem muito expostos ao mundo digital desde cedo. Como eles são emocionalmente falando, suas interações e a forma de lidar com os problemas.