

**Os novos consumidores**

Característica de consumidores das  
gerações X, Y e Z

A gente está nesse módulo esmiuçando quem é o consumidor, o usuário dos espaços comerciais que criamos.

Entendemos o conceito de persona e agora vamos entrar em mais um indicador que é importante para pensarmos os espaços comerciais

Hoje mais que nunca a gente consegue  
perceber nitidamente como as diferenças  
geracionais impactam na forma de se  
consumir.

Do **cringe ao based** cada geração possui signos, referencias e formas diferentes de interagir e experienciar o espaço.

Divisões geracionais delimitam identidades e  
ajudam a categorizar melhor  
comportamentos, ou a expectativa deles, pq  
ninguém é tão estereotipado assim na vida  
real né.



A horizontal timeline on a red background. It features a white line with an arrow at the end, divided by vertical white tick marks. Below the line, seven generational names and their corresponding birth ranges are listed in white text.

(1883-1899)

**A GERAÇÃO  
PERDIDA**

(1900-1924)

**A GERAÇÃO  
GRANDIOSA**

(1925-1945)

**A GERAÇÃO  
SILENCIOSA**

(1946-1964)

**OS BABY  
BOOMERS**

(1960-1980)

**A GERAÇÃO X**

(1982-2004)

**MILLENNIALS**

(2000 em diante)

**GERAÇÃO Z**



Você já ouviu que os Millennials são “preguiçosos”, que os Boomers não sabem mexer em aparelhos eletrônicos ou que a

Geração Z irá salvar a natureza. São estereótipos das gerações mas é legal a gente entender um pouco

A divisão geracional é uma forma de separar a população em grupos a partir do ano em que se nasce. A lógica por trás disso é que cada época tem um contexto específico, que tem impacto na economia, nos valores culturais e nas relações interpessoais.

Então vamos começar pelos baby boomers.

A geração dos Baby Boomers recebeu esse nome em referência ao aumento no número de nascimentos de bebês após o fim da Segunda Guerra Mundial, em 1945.

Ou seja, é uma geração que contribuiu para a reestruturação do mundo pós-guerra. E isso diz muita coisa a respeito de seus comportamentos.

Considerando a idade dos nascidos dessa geração, acima dos 56 anos, é possível que você os encontre em cargos de chefia ou alta liderança em uma empresa.

Os boomers priorizam estabilidade e costumam ser aqueles que defendem trabalhar em uma única empresa durante toda a vida. Dão valor ao casamento, à compra de um carro e uma casa própria. Tem receio de inovação e você vai sempre ouvir eles falando sobre trabalhar duro.



THE DEVIL WEARS PRADA ©2017 FOX

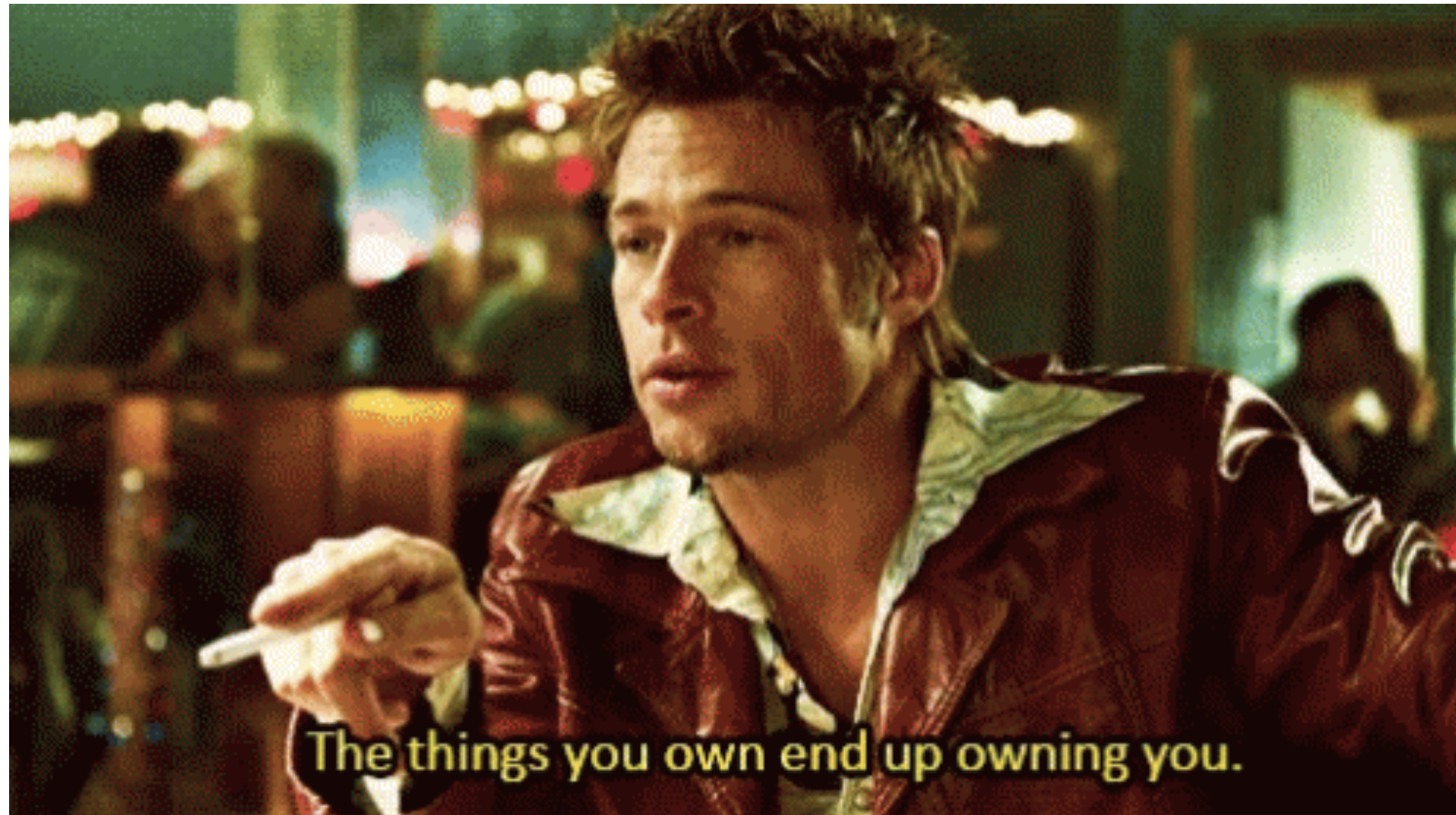
O termo Geração X nasceu quando o fotógrafo Robert Capa usou o nome em um de seus ensaios fotográficos, em 1950.

Eles presenciariam o movimento hippie, a  
ascensão dos movimentos sociais, o  
surgimento dos primeiros computadores e  
cresceram sob governos rígidos (no Brasil, por  
exemplo, o período engloba quase toda  
ditadura militar)



Os indivíduos desta geração passaram por fases ideológicas bem marcantes. No entanto, grande parte da geração precisou se render às lógicas do mercado tradicional.

No filme O Clube da Luta (1999) é possível observar o comportamento dessa geração. O personagem Tyler Durden (Brad Pitt) se vê perdido existencialmente e à procura de valores reais que o façam sentir alguma coisa depois de se ver desiludido pelo sonho de vida americano.



The things you own end up owning you.

Geração X é marcada pela valorização do diploma e da capacitação profissional, São indivíduos que pregam ponderação, empreendedorismo, dão valor à liberdade e aos direitos individuais, e procuram romper com os ideais e paradigmas das gerações anteriores.

Já os millennials, conhecidos por terem crescido na virada do milênio - encarada como a chegada do futuro e o domínio da tecnologia.

Em 2015, uma pesquisa do instituto Pew Research perguntou o que pensam os millenialos sobre si mesma. Os dados chamam a atenção:

**apenas 24% deles se consideram  
responsáveis;  
só 36% se classificariam como amantes do  
trabalho duro;  
49%, se considera fútil.**

Por outro lado, esta geração é vista como a mais criativa, a mais preocupada com as causas sociais e a mais disposta a quebrar os padrões impostos pela sociedade.



A protagonista da série Fleabag (2016-2019), é um ótimo exemplo das principais características da geração. Fleabag em tradução livre, seria algo como “bagaceira”.



A jovem é individualista, imatura, dona do próprio negócio, tem dificuldades em se comprometer e usa do humor para mascarar os conflitos.

Millenials indivíduos que nasceram com a tecnologia, dão valor à educação e aprendem rápido, dão conta do multitasking, desejam rápido crescimento profissional e financeiro, mas têm tendências impulsivas e uma certa dificuldade de lidar com ordens

Millenials são indivíduos que nasceram com a tecnologia, dão valor à educação e aprendem rápido, dão conta do multitasking, desejam rápido crescimento profissional e financeiro, mas têm tendências impulsivas e uma certa dificuldade de lidar com ordens

Já a geração a mais jovem geração contempla os nascidos entre 1997 e 2010, chamados de geração Z.

Um estudo da agência de publicidade e tendências Sparks & Honey diz que a Geração Z é um tsunami e os chama de “primeira tribo de nativos digitais”. Fala também que 60% dos Z querem causar algum impacto no mundo.

Os gen Z são conhecidos por sua extrema conexão com a tecnologia, são indivíduos que não viveram nem um ano de suas vidas sem internet e foram desde cedo expostos às redes sociais e à cultura pop.



Essa geração cresceu em um mundo pós-11 de Setembro. Se os millennials romperam com os principais paradigmas da sociedade, a Geração Z está sendo a responsável por povoar esse novo terreno.

Traços de comportamento da Geração Z são sua maior capacidade para trabalho em grupo do que a Y, sua não diferenciação entre o online e o offline, sua agilidade nas tarefas

Tem forte inclinação ao diálogo, à valorização  
do afeto e do respeito., além de serem  
idealistas globais.



N SERIES

# SEX EDUCATION

Agora em se tratando de Brasil essa análise  
precisa ser mais criteriosa...

**DITADURA**

(1964-1984)

**REDEMOCRATIZAÇÃO**

(1984-1994)

**ESTABILIZAÇÃO**

(1994-2015)

Recortes de classe, gênero, geografia e raça também são muito singulares e perceptíveis, desde referências de consumo cultural até o que é luxo para diferentes recortes.

FATORES COMO **CONTROLE,**  
**REPRESENTATIVIDADE, PROTAGONISMO** E  
PARTICIPAÇÃO NA CONSTRUÇÃO DE SUA  
IDENTIDADE, SÃO RELEVANTES QUALQUER  
QUE SEJA O CONTEXTO DE VIDA.



**A AUTONOMIA DE DECISÕES E ESCOLHAS É O  
DENOMINADOR COMUM ALMEJADO PELAS  
PESSOAS NESTE BRASIL QUE SE  
DESCORTINA.**