MILLENNIALS E O USO DE GADGETS PESSOAIS NO TRABALHO

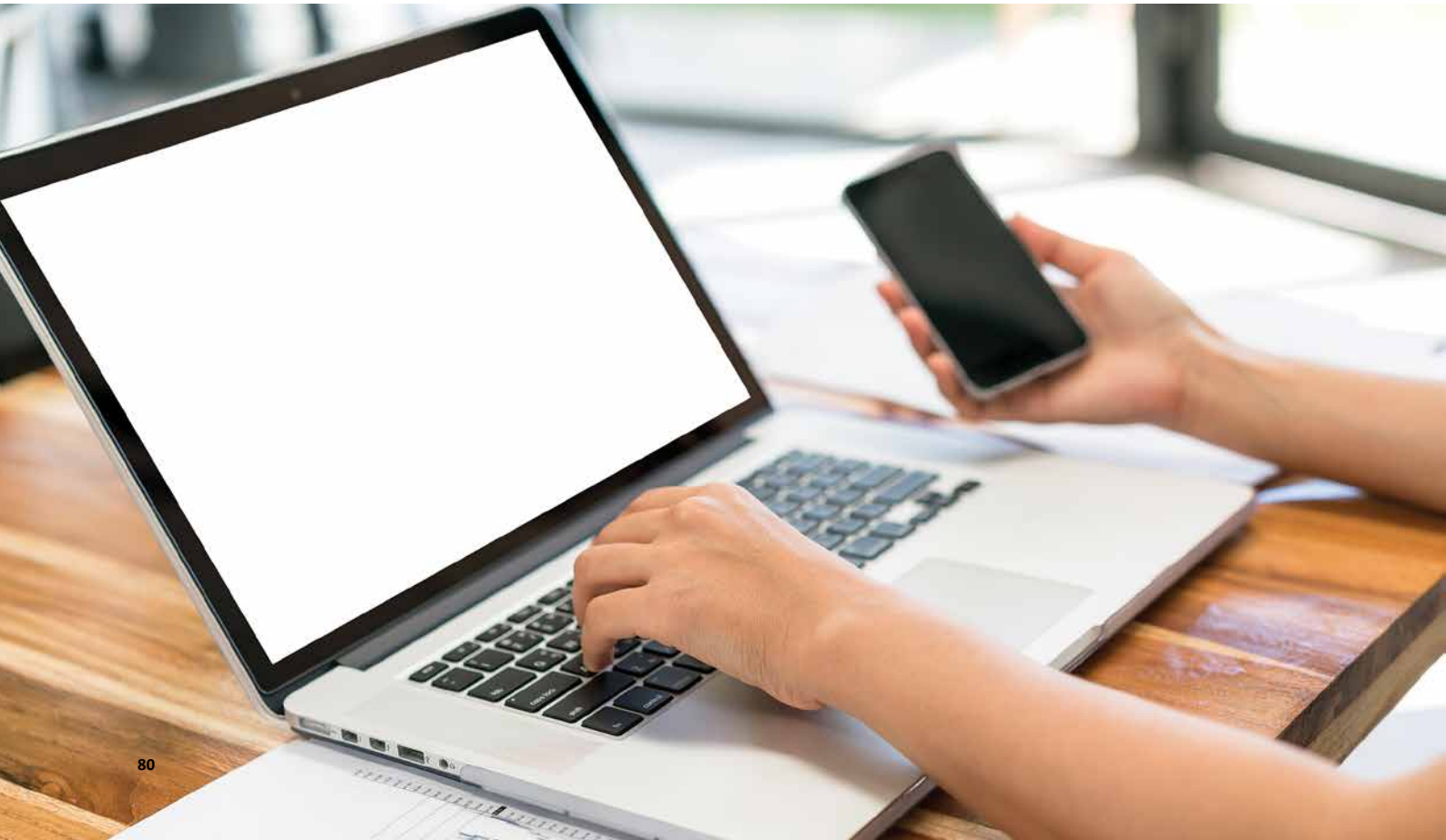
ARTIGO: **Atitudes dos *millennials* em relação à consumerização de TI no local de trabalho**

MILLENNIALS AND THE USE OF PERSONAL GADGETS AT WORK

ARTICLE: ***Millennials' attitudes toward IT consumerization in the workplace***

AUTORES | ***AUTHORS***
Heiko Gewald, Xuequn Wang, Andy Weeger, Mahesh S. Raisinghani, Gerald Grant, Otávio Próspero Sanchez, Siddhi Pittayachawan

REVISTA | ***JOURNAL***
Journal: Communications of the ACM, 60 (10): 62-69, 2017



RESUMO

As pessoas nascidas após 1980, muitas vezes chamadas de "*millennials*" por pesquisadores demográficos, se comportam de forma diferente das gerações mais velhas de maneiras significativas. Eles são os primeiros "nativos digitais", a "geração sempre conectada" que espera ter informações instantâneas e sempre disponíveis na ponta dos dedos. Suas atitudes foram descritas por pesquisas anteriores em termos muitas vezes desfavoráveis. E quando eles entram no mercado de trabalho, eles representam um grande desafio para os gerentes de gerações mais velhas, que, conforme mostrado, normalmente seguem valores diferentes. Nossa pesquisa investiga as atitudes dos *millennials* que ainda não entraram no mercado de trabalho em relação ao uso da Tecnologia da Informação (TI) em termos de "consumerização de TI". Especificamente, queremos saber como essa parte significativa da população pesa os benefícios em relação aos riscos no que diz respeito à intenção de usar a tecnologia em um ambiente empresarial.

ABSTRACT

People born after 1980, often called "millennials" by demographic researchers, behave differently from older generations in significant ways. They are the first "digital natives," the "always on generation" that expects to have information instantly and always available at its fingertips. Their attitudes have often been described by previous research in unfavorable terms. In addition, when they enter the workplace, they pose a major challenge to managers from older generations, who, it has been shown, typically follow a different set of values. Our research investigates the attitudes of millennials who have not yet entered the workforce toward the use of Information Technology (IT) in terms of "IT consumerization." Specifically, we want to know how this significant part of the population weighs benefits against risks in regard to the intention to use technology in a business environment.



Autor para contato | *corresponding author:* **Otávio Próspero Sanchez** otavio.sanchez@fgv.br