

## **CONCEITOS E CONFLITOS DE GERAÇÕES<sup>1</sup>**

**Felipe Rigon Dorneles<sup>2</sup>, Renata Francieli Gonçalves<sup>3</sup>.**

<sup>1</sup> Pesquisa desenvolvida no Departamento de Ciências Administrativas, Contábeis, Econômicas e da Comunicação (Dacec) da UNIJUÍ

<sup>2</sup> Professor Especialista do Dacec e aluno do Curso de Mestrado em Desenvolvimento da UNIJUÍ

<sup>3</sup> Aluna do Curso de Mestrado em Desenvolvimento da UNIJUÍ

### **Introdução**

O debate atual sobre gerações limita-se a estabelecer nomes a grupos de gerações a partir de faixas etárias e características pertencentes a cada um destes grupos. Torna-se pertinente esta discussão, pressupondo-se do momento em que é preciso conhecer a fundo estes perfis de pessoas para qualificar processos nas organizações – seja de pessoas que atuam como colaboradores, clientes, ou ainda, stakeholders. Contudo, antes disto, é preciso também entender as raízes do conceito de geração, que tipo de estudos o conceito gerou e o que se pode refletir a partir dos conceitos usais na atualidade.

Na década de 1920, o sociólogo judeu Karl Mannheim escreveu o artigo “O Problema das Gerações”, até hoje sem tradução no Brasil. Ele é considerado um precursor destes estudos. Pesquisadores brasileiros como Wivian Weller buscam entender o conceito de gerações proposto por Mannheim, muito antes de se falar em geração baby boom, X, Y ou Z. O objetivo deste estudo é investigar na literatura os debates percursoros sobre gerações e as diferentes concepções atuais sobre o conceito, os quais ressaltam os conflitos gerados entre os distintos grupos existentes e os impactos gerados no meio organizacional.

### **Metodologia**

Trata-se de uma pesquisa bibliográfica sobre o tema, orientada pela expressão “gerações”, realizada em livros, artigos científicos, dissertações e teses publicadas. Após a união dos materiais e de uma leitura sistematizada, foi possível realizar um levantamento temático para assimilar conceitos sobre a abordagem envolvida.

### **Resultados e Discussões**

Os estudos de Mannheim ocorreram no começo do século XX, porém, as primeiras duas obras traduzidas pelo mundo foram publicadas apenas na segunda metade do século. Neste período, ele procurou identificar grupos na sociedade para analisá-los e assim, buscar entender seus comportamentos e ações sociais. O autor conseguiu identificar grupos, para realizar suas primeiras

**Modalidade do trabalho:** Ensaio teórico  
**Evento:** XXII Seminário de Iniciação Científica

análises. Um dos primeiros conceitos foram os grupos concretos, os quais em sua concepção se denominavam em unidades sociais cujos contornos são claramente definidos no espaço e tempo. Mannheim então começa a falar de gerações. Segundo Weller (2010), o sociólogo explora duas correntes para definir o conceito de geração, que trazem influências no modo em que as gerações estão compostas hoje: positivista e histórico-romântica. Os positivistas possuem uma abordagem quantitativa, por levar em consideração o fator biológico, de duração de vida e idade limitada do ser humano. Mannheim criticou a abordagem.

A corrente histórico-romântico apresenta uma abordagem qualitativa, que leva em consideração a vivência político-social das pessoas. O sociólogo se posiciona a favor deste corrente – apesar de preferir um ‘meio-termo’ entre as duas –, já que defende que os grupos etários vivenciam tempos históricos diferenciados, em um mesmo período cronológico. Isto interfere na classificação das gerações. Ficou resolvido esse conceito, ao unir as abordagens quantitativa e qualitativa. Neste ajuntamento, Mannheim buscou identificar um problema sociológico das gerações, onde dividiu o conceito de geração em categorias: posição geracional, conexão geracional e unidade geracional.

Ao caracterizar a posição geracional o sociólogo traz cinco aspectos de uma sociedade que passa por mudanças geracionais: constante irrupção de novos portadores de cultura; saída constante dos antigos portadores de cultura; limitação temporal da participação de uma conexão geracional no processo histórico; a necessidade de transmissão constante dos bens culturais acumulados; e caráter contínuo das mudanças geracionais. “Esses elementos caracterizam as gerações como processos dinâmicos e interativos e apresentam características relevantes da teoria mannheimiana sobre as gerações” (SCHÄFFER apud WELLER, 2010, p.211). O aspecto leva em consideração a possibilidade das gerações adquirirem experiências.

A conexão geracional permite uma espécie de interação, algo mais intenso e concreto do que a posição geracional. Ainda, a unidade geracional consiste em alas de pensamentos distintos dentro de uma mesma conexão geracional. O sociólogo entende que as categorias de gerações não podem se deter a uma classificação racional e sim, devem considerar a subjetividade de cada sujeito integrante de uma geração. Weller (2010) defende que o que caracteriza uma posição comum daqueles nascidos em um mesmo tempo cronológico é a potencialidade ou possibilidade de presenciar os mesmos acontecimentos, de vivenciar e processar experiências de forma semelhante.

A partir deste contexto sociológico de constituição do conceito de gerações e reflexões acerca de sua composição, no contexto atual, estudiosos classificam as gerações a partir de faixas etárias e características em comum. Talvez, uma ação similar à proposto por Mannheim, unindo correntes positivista e histórico-romântico.

Em um contexto contemporâneo, Veloso, Dutra e Nakata (2006) destacam que as organizações enfrentam o desafio de lidar com grupos heterogêneos, que se formam em decorrência das diversas características das pessoas atuantes no mercado de trabalho. Uma dessas diversidades costuma ser a idade, que gera comportamentos peculiares a cada faixa etária. Então, sugerem que, a partir das diferenças de atitudes perante a vida e o trabalho, pode-se apresentar uma classificação de gerações de profissionais ativos.

**Modalidade do trabalho:** Ensaio teórico  
**Evento:** XXII Seminário de Iniciação Científica

Segundo Cereta e Froemming (2011) hoje estão estabelecidas cinco gerações: silver streakers, baby bommers, geração X, geração Y e geração Z. As autoras definem que a geração baby bommers é composta por pessoas nascidas entre 1946 e 1964, após a Segunda Guerra Mundial. Após a Guerra, soldados americanos retornaram às suas casas, aumentando os índices de natalidade dos Estados Unidos. Replica-se então este conceito ao restante da população mundial. Para Veloso, Dutra e Nakata (2006), os baby boomers estão mais motivados e otimistas, pois eles têm um senso de procura por oportunidades de inserção no mercado de trabalho. “Aplicaram seus esforços escolares em carreiras que prometiam facilidades na busca de posições garantidas no universo empresarial” (VELOSO; DUTRA; NAKATA, 2006, p.07).

A geração X, segundo Lombardía (2009), são as pessoas nascidas entre meados dos anos 1960 até início dos 1980. Veloso, Dutra e Nakata (2006) destacam que os integrantes desta geração adotam postura de ceticismo e defendem ambiente de trabalho mais informal e hierarquia menos rigorosa. Estes buscam desenvolver habilidades que melhorem seu desempenho nas empresas em que atuam. Surge então, a geração da televisão, a geração Y, Esta, abrange os nascidos nos anos 1980 e 1990. Os mais velhos estão chegando aos 35 anos; os mais jovens acabam de sair da adolescência. “Trata-se de uma geração de filhos desejados e protegidos por uma sociedade preocupada com sua segurança”, destaca Lombardía (2009). As crianças Y são alegres, seguras de si e cheias de energia. É a geração que cresceu com o surgimento da internet e dos demais avanços tecnológicos.

“A Geração Y é formada por mais de 72 milhões de americanos e por mais de 16 milhões de brasileiros (IBGE, 2007). Se essa geração pudesse ser resumida em uma única palavra, esta seria diversidade” (CERETA e FROEMMING, 2011). Veloso, Dutra e Nakata (2006) destacam que os integrantes da geração Y cresceram com as tecnologias de informação e são mais individualistas, pois defendem suas opiniões e priorizam o lado pessoal em relação às questões profissionais.

E a mais nova geração é a Z, a geração do século XXI. Para Cereta e Froemming (2013), a geração ainda está em fase de consolidação. A geração é assim conhecida ao compará-la com o verbo zapear, que significa, por exemplo, mudar constantemente o canal na televisão, geralmente através de um controle remoto. Esta atitude caracteriza o que a geração tem em comum, o ato de fazer várias coisas ao mesmo tempo. As autoras apresentam ainda a geração silver streakers, anterior a geração dos baby bommers, a qual se diferencia por ser conservadora, principalmente em relação às suas economias. Porém, este estudo se deterá às quatro últimas gerações.

Lancaster (2011), apesar de concentrar seus estudos na geração Y, traz um nova geração, antecessora dos baby bommers: os tradicionalistas, que, se assemelham à definição de silver streakers de Cereta e Froemming (2011). Ele resume avanço e as diferenças entre as gerações ao destacar que os tradicionalistas criaram suas reputações como contribuintes, servindo ao bem maior da instituição e fazendo tudo o que fosse necessário. Define os baby boomers como competidores, dando tudo para se destacar entre as 80 milhões de pessoas da mesma faixa etária e deixando as empresas maiores e melhores. Já a geração X é a controladora. O autor apresenta a ideia que os integrantes desta geração acreditam que só podem confiar em si mesmas e usam seu talento

**Modalidade do trabalho:** Ensaio teórico  
**Evento:** XXII Seminário de Iniciação Científica

individual e empreendedorismo para inventar e realizar. E, a geração Y será a grande colaboradora, e já demonstra esta característica, pelo menos, no ambiente de trabalho.

Tapscott (2010) apresentou um novo conceito de geração, a Geração Internet. Esta definição abrange as novas gerações que, segundo ele, estão ávidas para contribuir com a marca – algo que não teria ocorrido aos baby bommers. Em sua maioria, jovens, que tem como hobby customizar novos produtos, mesmo que isso signifique alterá-los. O autor traz o exemplo de um lançamento da Apple, o iPod. Usuários amadores do aparelho haviam criado o ‘Podzilla’, um software que permite aos usuários fazer gravações com uma qualidade muito mais alta do que a de um dispositivo de gravação, vendido separadamente a US\$ 50. A Geração Internet pode ser entendida como equivalente à geração Z.

As novas gerações estão invadindo as organizações e se colocando como consumidores exigentes. Eles esperam que as empresas façam o que prometem e satisfaçam as expectativas dos usuários. Lancaster (2011), para definir os baby bommers. Ele afirma que a geração X escapou disso ao participar da criação de uma empresa na garagem. A Geração Y percebeu que, para colaborar, é preciso montar e desmontar equipes com eficácia. É uma geração que rompeu as barreiras comunicativas, que mistura profissional e pessoal e que admitem o que não sabem e conseguem delegar. “Essa geração ficou conhecida por pegar um trabalho passado pelo chefe e entregá-lo toda contente a outra pessoa, sem compreender que o chefe queria que ela o fizesse. Se alguém pode fazer melhor, por que não repassar” (LANCASTER, 2011, p. 227).

### Conclusões

Os autores defendem que as pessoas e as empresas deverão não só assimilar as mudanças com o uso de novas tecnologias, mas, também mudar a forma de pensar e trabalhar. Sousa (2006) cita Mannheim para destacar que ser jovem é viver um “contato original” com a herança social e cultural, constituído não apenas por uma mudança social, mas por fatores biológicos. A mudança no perfil das gerações tem impactado profundamente na sociedade e nas organizações.

Conclui-se com o pensamento do sociólogo, que diz que este é um fator importante a ser considerado, pois acredita-se que a mudança de atitude ocorre diferentemente em cada um, fazendo com que a atitude em relação à herança transmitida por seus predecessores seja completamente nova. Sugere-se como estudos futuros as ações em nível de estratégia das organizações para conviver com estas mudanças.

**Palavras-Chaves:** gerações; conflitos; organizações.

### Referências Bibliográficas

CERETA, Simone Beatriz; FROEMMING, Lurdes Marlene. Geração Z: compreendendo os hábitos de consumo da geração emergente. In: revista Eletrônica do Mestrado Profissional em Administração de Universidade Potiguar. Rio Grande do Norte. Ano II, n.2, abr./set. RAUnP, 2011.

**Modalidade do trabalho:** Ensaio teórico

**Evento:** XXII Seminário de Iniciação Científica

LANCASTER, Lynne C. O y da questão: como a geração Y está transformando o mercado de trabalho. São Paulo: Saraiva, 2011.

LOMBARDÍA, Pilar García. Quem é a geração y. Disponível em [www.hsm.com.br](http://www.hsm.com.br). Publicado em 2009. Acesso em 01/08/2012.

SOUSA, Janice T. P. A sociedade vista pelas gerações. Revista Política e Sociedade. nº8. Abril, 2006.

TAPSCOTT, Don. A hora da geração digital: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos. Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010.

VELOSO, Elza Fátima Rosa; DUTRA, Joel Souza; NAKATA, Lina Eiko. Percepção sobre carreiras inteligentes entre gerações Y, X e baby boomers. 2008.

WELLER, Wivian. A atualidade do conceito de gerações de Karl Mannheim. Revista Sociedade e Estado. Vol. 25, nº 22. Brasília: maio/agosto, 2010.