CONFLITO DE GERAÇÕES NO AMBIENTE DE TRABALHO

Jerson J. Silva, Camila Grosso

Universidade do Oeste Paulista – UNOESTE. E-mail: jersonjsilva@hotmail.com

RESUMO

A vida atual tem sido mais complexa que nossos pais ou avós imaginariam ser. Em uma reunião em família pelo menos uma pessoa está conectada com o mundo virtual; um fato rotineiro. Nossos ascendentes imaginavam apenas ter uma casa para morar e um carro para andar, se estabilizar no emprego e aguardar com o máximo de paciência possível por uma promoção. Neste contexto, aparece a geração Y no mercado de trabalho, que tem levado os gestores a se interessar em entender e conviver com a questão das diferenças geracionais no que se diz respeito o impacto que isso pode ocasionar na convivência diária entre as gerações em um mesmo ambiente de trabalho. O trabalho teve como objetivos estudar a dinâmica do relacionamento interpessoal entre geração Y e as demais gerações; apontar os motivos levam os jovens a apresentar alto índice de *turnover* nas organizações e detectar como a tecnologia pode ser um fator diferencial nas organizações, a ponto de influenciar no desempenho dos colaboradores.

Palavras-chave: Geração Y, tecnologia; ambiente de trabalho.

GENERATION OF CONFLICT IN THE WORKPLACE

ABSTRACT

Nowadays life has been more complex than our parents or grandparents be imagined. At a meeting in the family at least one person is connected with the virtual world; a routine fact. Our ancestors have imagined just a house to live and a car to walk, to stabilize employment and wait with patience maximum possible for a promotion. In this context, emerge Y generation in the labor market, which has led managers to be interested to understand and live with the issue of generational differences as regards the impact this may result in daily contact between the generations in the same environment work. The work aimed to study the dynamics of interpersonal relationships among Millennials and other generations; point out the reasons that lead young people with the use of technology can be a differentiating factor in organizations as to influence the performance of employees.

Key-words: Y Generation, Technology; Desktop.

INTRODUÇÃO

Ter um emprego estável era sinal de status perante a sociedade, vestir a camisa da empresa era algo valioso, assim como ter hora determinada e precisa para chegar e ir embora, situações que no ambiente corporativo a qual nos encontramos não é o que mais interessa ou preocupa aqueles que estão sentados em frente ao computador, os esforços diários eram a garantia de uma vida equilibrada e de um futuro com algum luxo mesmo que demorasse uma grande parte da vida.

Entretanto, esta geração que está adentrando no mundo do trabalho, a chamada Geração Y, nasceu com a internet, não tem muitos limites, precisam sempre de novos desafios, tendem a ser mais imediatistas, mais autoconfiantes em excesso, correndo o risco de se tornar superficiais e em alguns casos, arrogantes. Estão ansiosos por crescer rápido.

Em decorrência de tudo isso, entendemos que o que dá sentido a busca pelo prazer não o mesmo que aquele que já estudamos em filosofia (o hedonismo que é a busca exagerada pelo prazer), a vida passou a ter mais valor, o se sentir bem no lugar de trabalho ou fazer aquilo que mais lhe deixa satisfeito fazem com quem as pessoas buscam de todas as formas, em todos os lugares possíveis.

Com o grande avanço tecnológico, as organizações vêm acompanhando essas mudanças, e os jovens que são abertos a novas experiências e novos conhecimentos, não se prendendo as organizações, gerando uma grande rotatividade de empregos em um período pequeno, trazendo consigo experiências e valores culturais de outras organizações.

Os jovens desta geração, os chamados geração Y, são os primeiros a tirarem proveito deste aparato tecnológico e aproveitar melhor o futuro, pois chegam nesta época contando com toda esta facilidade que não seriam possíveis ou não estavam disponíveis no passado.

Além disso, podem usufruir da interação imediata e sem custos com qualquer pessoa no planeta, criando assim, condições para serem profissionais competitivos. É um cenário que traz desafios enormes para esta geração, pois ela deve fazer por merecer esses privilégios, usando todos os talentos que possuem para proporcionar as futuras os avanços que ainda não foram alcançados por outras gerações.

Por isso, este trabalho se justifica, pois descobrir quais são as expectativas desses jovens que estão se inserindo no mercado de trabalho, tornou-se um grande desafio para as gerações veteranas. Pais perdem a paciência com seus filhos, educadores sofrem com a insubordinação de seus alunos e gestores ficam perplexos diante da aparente falta de comprometimento e foco dos novos profissionais.

Portanto, para materializar este trabalho em forma de pesquisa, elencamos algumas problemáticas que delas, suscitarão os objetivos que nortearão o escopo da pesquisa.

O objetivo deste estudo é analisar o relacionamento interpessoal de gestores da geração Y em relação a seus subordinados em um ambiente de trabalho.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

Neste trabalho, a metodologia adotada para o desenvolvimento da investigação, baseia-se na abordagem qualitativa, fazendo-se uso da pesquisa bibliográfica e da pesquisa documental. Abordagem qualitativa: tipo de investigação que se caracteriza por ser uma maneira que faz uma relação entre aspectos não apenas mensuráveis, mas que procura descrevê-los de uma forma denominada pelos pesquisadores por sistema de valores.

Portanto, esse estudo foi feito de forma bibliográfica, qualitativa e descritiva, pois os pesquisadores pesquisaram a respeito do tema proposto em revistas, livros, artigos, dissertações, monografias e outros meios de escritas científicos que se apresentaram presentes e convenientes, para então após embasamento comprovado e confiável, apresentarem suas próprias teorias sobre o tema e conclusões sobre as problemáticas apresentadas. Ao final deste estudo, buscou-se soluções satisfatórias e que possam realmente ajudar e trazer benefícios aos interessados no assunto proposto.

CONFLITOS ENTRE AS GERAÇÕES NO AMBIENTE DE TRABALHO

Dentre todas as ações práticas que as organizações podem adotar para integrar as gerações produtivas no ambiente de trabalho e ter êxito nos relacionamentos interpessoais, três conceitos devem ser respeitados para que isso aconteça de forma harmoniosa entre as gerações. São esses os conceitos: desenvolver, potencializar e conectar (OLIVEIRA, 2011).

Supomos que uma geração é aquela que sucede a dos pais, uma geração perdurava por 25 anos, porém com a aceleração do tempo não do relógio, mas das invenções, da capacidade humana, a tecnologia se tornou um referencial que divide essas gerações.

Atualmente pode se falar em uma geração com o espaçamento de tempo de 10 anos, o que significa que vários tipos de pessoas estão convivendo em todos os lugares, seja na escola, na faculdade e/ou no trabalho.

Em meados da década de 80, surgem os jovens das “diretas já” ou melhor, os jovens da geração X, foi onde conheceram a AIDS e viram a tecnologia surgir com uma certa timidez, houve a evolução da moeda brasileira (cruzeiro, cruzado e o cruzado novo), uma geração apegada a títulos,

cargos, às necessidades, ou melhor, insegurança quanto ao País que viviam, principalmente em relação ao financeiro, (MORGADO, 2013).

A Geração Y é a primeira geração de “vencedores”, afinal não podiam ir mal da escola e, basicamente, eram elogiados somente pela presença. Foi a primeira geração que passou a usar torpedos; a primeira a ir para a educação infantil com celular e a frequentar o ensino médio sob forte segurança, como detectores de metal, portaria com guardas, etc, (MORGADO, 2010).

Segundo Battisti, (2002, p. 123), “a geração y tem uma criação diferente e com outros propósitos, objetivos e metas, pois, o fator tecnologia é enfrentado como uma barreira afim de deixá-los em situações cada vez menos em contato com a sociedade”. Contudo, notamos que os jovens dessa origem no DNA utilizam da tecnologia como uma base para alcançar patamares mais altos, tanto nos ambientes organizacionais, quanto em suas próprias vidas.

Dentro de um ambiente organizacional, onde convivem diversas gerações tem de haver uma grande capacidade intelectual por parte do responsável por tal departamento para que consiga extrair dos seus colaboradores sempre os melhores resultados, ideias, iniciativas.

Quando se envolve ainda uma ou mais pessoas da Geração Y deve haver um extremo cuidado, pois, eles foram criados em um mundo onde nunca erram, e quando mesmo cometem falhas tem alguém os acobertando, deixando muitas vezes de assumir suas responsabilidades, criando assim “monstros” com capacidade sem igual de revolucionar o mundo que vivemos.

Sabendo assim, da influência que a Geração Y pode exercer sobre as pessoas, o mundo e a organização que fazem parte, cabe ao gestor saber trabalhar o aspecto psicológico de todos envolvidos em determinada situação, pois, pode acabar desmotivando toda equipe quando não há um plano prático.

A busca desenfreada por melhores cargos, melhores salários, melhores posições dentro da organização fazem com quem os jovens que fazem parte deste grupo, mesmo com pouco tempo exercendo tal função faz com quem surja vontade de buscar uma situação melhor.

Para Coimbra e Schikmann (2001) esta geração vai buscar organizações que não coloquem barreiras à sua liberdade e aos usos de seus conhecimentos e de suas habilidades, assim não haverá limites para o desenvolvimento do trabalho, sem ter medo de ocasionar um atrito com os outros colaboradores dentro do ambiente.

Nos dias atuais, a tecnologia está passando por estágios de aprovação, porque anteriormente era considerado um estranho no meio de montes de papéis, na contra mão do tempo hoje com capacidade de se tornarem diferencial competitivo, quando utilizada para um bem comum da organização. Entre as diferentes gerações, com capacidades disseminadas, a

tecnologia não é uma unanimidade em meio a diferentes objetivos, metas e formações, pois, nem todos os colaboradores têm facilidade e vontade de capacitação, mesmo quando há uma avalanche de informações e um mercado de trabalho cada vez mais exigente.

Segundo Zuboff (1994), a tecnologia tem ainda outro potencial: a informatização. São constantes as transformações decorrentes da utilização de novas tecnologias, de automação, robotização e informatização. Essas transformações afetam diretamente as empresas, pois aumentam sua produtividade e eficiência, características, alias fundamental para o seu desempenho e permanência em um mercado cada vez mais globalizado e altamente competitivo.

Campos apud (OLIVEIRA 2011), ressalta que as mudanças que vem decorrendo junto á globalização impreterivelmente nas organizações vão além do que os olhos humanos conseguem ver, vai desde a estrutura organizacional (organograma), as relações que ocorrem no ambiente, o perfil que é buscado para ser colaborador e principalmente a cultura que ali é edificada todos os dias.

Em relação à tomada de decisão a tecnologia influencia no que diz respeito à centralização de tal, porque diminuiu a influência da média gerencia, integrando assim os níveis hierárquicos da organização e também os níveis de supervisão, pois, a própria maquina controla o ritmo de trabalho e da equipe, substituindo a cobrança dos supervisores sobre os colaboradores por resultados impressos e relatórios gerados pelas maquinas.

Com essa evolução na rapidez das informações advindas das mídias, para o gerente ou líder tomar uma decisão não é necessário mais dias ou semanas, com um pequeno aparelho na mão ele é capaz de acessar um relatório da organização sendo de capaz de ter base para conseguir escolher a melhor decisão perante a situação que lhe é proposta por outro lado há um problema nessa centralização de tecnologia, pois, nos tornamos reféns de tal fazendo com que caso dê algum problema seja ele técnico ou qualquer que seja pode ser um fator determinante para além de não conseguir tomar uma decisão pode acarretar perda de valores e de banco de dados caso se torne algo mais sério.

Diante desse progresso, as organizações investem em novas tecnologias, consequente o aumento da produtividade e a qualidade dos serviços prestados, tornando o processo mais ágil e eficiente, reduzindo assim custos para a organização.

Essa relação tecnologia\ser humano é algo que pode ser a base para organizaçãoter sucesso, pois, em se tratando do capital humano cabe ao gestor de cada departamento identificar e explorar as capacidades de cada colaborador juntando-as e colocando em prol de um objetivo

em comum, com um toque de perfeccionismo da tecnologia faz esse objetivo se tornar muito mais rápido de se alcançado.

As transformações no sistema capitalista mundial decorrem da recente revolução tecnológica em vários âmbitos, mas, sobretudo, na informática e nas telecomunicações (COUTINHO *et al.*, 1995).

Com a implantação da Tecnologia da Informação o acesso das pessoas as informações se torna mais dinâmico, tornando assim mais ágil e pratico a execução das tarefas, as relações entre os poderes da empresa são afetados drasticamente, uma vez que alguns cargos como supervisores acabam sendo desvalorizados e trocados pela supervisão de maquinas, a qual, os próprios operários se encarregam, onde a alta administração pode aumentar a cobrança ou as exigências sobre os colabores, pois, tem um controle maior daquilo que está sendo feito nos mais variados departamentos envolvidos.

Tapscott & Caston (1995) ressaltam que são necessárias mudanças nos processos organizacionais para que a tecnologia implantada surta efeitos positivos em ambientes reestruturados para um novo modo de atuação.

Assim, a influência sobre o trabalho propriamente dito, onde trocasse o papel pelo computador, o tempo para se realizar uma tarefa se tornou algo ligeiro, a qualidade é exigência, no entanto que hoje faz parte de uma organização um departamento de controle de qualidade, que avalia todo o desenvolvimento do produto ou da prestação de serviço executada, o ritmo de trabalho ficou mais intenso e estressante, pois, agora é necessário ir contra o tempo para tomar decisões.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em todos os ambientes, principalmente o do trabalho, convivemos com membros desse segmento e talvez não tenhamos percebido que há esta denominação para eles. Basta prestar atenção nos jovens que tem um comportamento diferente para as regras tradicionais oriundas de educação familiar e que se exteriorizam para o ambiente de trabalho, trazendo as mesmas características, isto é: com opinião própria, incisiva, que na maioria das vezes dá impressão de arrogância, mas que na verdade pode ser uma forma de mostrarem a autoestima elevada.

Como foi visto, no decorrer deste estudo, esta geração nasceu no final da década de oitenta,adentrando para a década de noventa, familiarizada com a informática e com total domínio da internet e suas variáveis, portanto, plugados com a tecnologia atual, geralmente dominando mais de uma língua e muito proativos no trabalho.

Como foi mostrado, no decorrer desta monografia, esta geração é apolítica e um tanto individualista, fato este que dificulta a sua fidelização no ambiente de trabalho, visto que trabalhar em equipe requer compartilhamento, obediência e cumplicidade com as adversidades.

Por outro lado, são pessoas ágeis, focam senso de oportunidade, geralmente são descontraídos, aproveitam melhor a inteligência e uma agilidade incomparável com gerações anteriores. Mas tem o outro lado da moeda: são impacientes, demonstram ser inseguros quanto ao futuro, dificuldade de criar vínculos afetivos consistentes e duradouros e expressam um narcisismo em forma de exibicionismo ímpar e superficial.

É preciso ressaltar que não se percebe nenhum tipo de preparo por parte das organizações para acolher e treinar esses jovens que estão se inserindo no mercado de trabalho. Nota-se que as organizações ainda praticam métodos ortodoxos em relação aos treinamentos, não observando que esta geração precisa de algo que a estimule constantemente e que não a deixe de focar a atenção através da curiosidade constante.

Ainda sobre este quesito, pergunta-se: será que as empresas e a sociedade perceberam essa revolução silenciosa? Deve-se observar que esses jovens profissionais, exercem com facilidade diversas atividades simultaneamente, como: navegar na internet ouvindo o *iPod* e estudando ao mesmo tempo, convergir sua atenção para diálogos em mídias distintas simultaneamente – através de algum *Instant Messenger*, *Facebook*, *e-mail*, *Twitter*, checar as mensagens de seu perfil no *facebookwhatsApp* e ao mesmo tempo responder à pessoa a seu lado.

Esta é uma geração diferente das gerações anteriores que não precisou aprender a dominar as máquinas, mas nasceu com TV, computador e comunicação rápida dentro de casa. Parece um dado sem importância, mas estudos americanos comprovam que quem convive com ferramentas virtuais desenvolve um sistema cognitivo diferente.

Uma pesquisa do Departamento de Educação dos Estados Unidos revelou que crianças que usam programas online para aprender ficam nove pontos acima da média geral e são mais motivadas. Para eles, a velocidade é outra. Os resultados precisam ser mais rápidos, e os desafios, constantes.

Portanto, as empresas devem rever seus padrões convencionais de comunicação e relacionamentos, procurando adaptá-los, imediatamente, para que não seja mais um caso de reatividade. Mas será que as organizações percebem essa mudança tão fortemente? Ou será um caso de miopia? Uma coisa é certa: a quebra de paradigmas é forte e extremamente estratégica.

Esta percepção de que uma nova geração está aqui, ao nosso lado já é percebida. Basta um olhar um pouco mais atencioso através dos meios de comunicação para que possamos perceber a sua presença como uma nova forma de se relacionar, de questionar e de ver o futuro.

Uma coisa é certa, as empresas precisam dos jovens da Geração Y, pois eles serão os responsáveis pela condução dos negócios no futuro bem próximo e para isto, deverá ter, não apenas “uma política bem-sucedida de retenção de talentos”, mas, especialmente, fazer com que todas as gerações interajam dividindo experiências e somando esforços para o sucesso empresarial.

REFERÊNCIAS

- GONÇALVES, Y.. Administradores.com - **Qualidade e tecnologia nas empresas**. Disponível em <<http://www.administradores.com.br/artigos/tecnologia/qualidade-e-tecnologia-nas-empresas/37720/>>. Acesso em: 22 de fevereiro 2014.
- GRAMSCI, Antonio. **Americanismo e fordismo**. Milão, UniversaleEconomica, 1999.
- GRINSPUN, Mírian Paura Sabrosa Zippin. **Educação Tecnológica**. In: GRINSPUN, Mírian Paura Sabrosa Zippin (Org.) Educação Tecnológica: desafios e perspectivas. São Paulo, Ed. Cortez, 1999.
- LAWLER III, E.; MOHRMAN, A. Administração de recursos humanos: construindo uma parceria estratégica. **Organizando para competir no futuro**. São Paulo: Makron Books, 1995.
- LOMBARDIA, P.G.; STEIN, G.; PIN, J.R. **Políticas para dirigir a los nuevos profesionales – motivaciones y valores de lageneracion Y**. Documento de investigación. DI-753. Mayo, 2008. Disponível em <http://www.iesep.com/Descargas/spdf/Gratis/R130.pdf>. Acesso em 30/10/2008.
- MACIEL,N.B. **Valores que influenciam a retenção dos profissionais da Geração Y nas organizações**. Porto Alegre, Artmed, 2010.
- MORGADO,E.M. **A Geração Y no Trabalho**. Elsevier Editora; São Paulo,2010.<[Http://wwwp.fc.unesp.br/~emorgado/material/Res_Coment_GenY_no_Trabalho.pdf](http://wwwp.fc.unesp.br/~emorgado/material/Res_Coment_GenY_no_Trabalho.pdf)>. Acesso em: 20 de Setembro de 2013.
- TAPSCOTT, D. A hora da geração digital. São Paulo: Agir, 2010. TIBA, Içami. **Adolescentes: quem ama, educa!** São Paulo: Integrare, 2010.
- TAPSCOTT, D.& CASTON A (1995). **Mudança de paradigma: a nova promessa da tecnologia de informação**. São Paulo: Makron Books - McGraw Hill.
- ZUBOFF, S. Automatizar/informatizar: as duas faces da tecnologia inteligente. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 34, n.6, Pág. 80-91. Nov./Dez. 1994