



GERAÇÃO M

Rumos da Nova Ordem Mundial

O futuro do trabalho nas organizações



MARCELO CANAL
MASTER MENTORING

APRESENTAÇÃO

Neste ebook você irá encontrar informações sobre uma pesquisa em profundidade sobre o perfil de liderança da geração M e aprofundar o assunto sobre:

Contexto de Mudanças | Os Tipos Bibliográficos das Gerações
Tendência do Perfil do Líder no Futuro | Implicações no Futuro das Empresas | O Perfil de Exigências dos Agentes de RH



SUMÁRIO:

- | | | | |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------------------------------------------------------------------------------|
| 4 | Os efeitos da primeira onda no mundo das corporações | 11 | Quais são os marcos impulsionadores desse processo de mudanças na sociedade? |
| 5 | Como as organizações foram assimilando os modelos trazidos pelas gerações anteriores | 12 | Processo de Formação das Gerações: Choque de Gerações nos diversos setores |
| 7 | Rumos de uma nova ordem social com base numa economia associativa e comunitária | 13 | Processo de Formação das Gerações: Tendência dos Grupos |
| 8 | Um mundo virtual capaz de movimentar bilhões de US \$ | 14 | Onde sociedade e empresas coexistem nas mudanças |
| 9 | Um novo paradigma da geração M | 15 | Estrutura de Funcionamento |
| 10 | Como são formadas essas gerações? | 21 | Conclusões Preliminares |

GERAÇÃO M:

OS EFEITOS DA PRIMEIRA ONDA NO MUNDO DAS CORPORações

Nos últimos 2 anos, realizamos uma pesquisa com mais de 2 mil profissionais em várias idades e entrevistamos mais de 600 jovens universitários que estão no início de carreira de várias classes sociais sobre suas expectativas de futuro profissional. E assim, passamos a identificar as tendências do perfil dos líderes do futuro nas empresas.

Veja aqui os indicadores dos principais impactos que esta nova geração já está fazendo na forma de gestão de pessoas nas empresas.

Outros aspectos relacionados ao modelo do perfil de liderança dessa nova geração e no que as empresas precisarão se preparar para interagir com essas novas gerações para se manterem alinhadas à essas novas tendências.

O estudo se propôs a entender os desafios relacionados às novas políticas para as áreas de gestão do Capital humano das empresas e as mudanças que impactarão as estruturas de trabalho e as implicações que isso terá no futuro das organizações. Veja aqui uma síntese da pesquisa

Com a chegada da nova safra de profissionais oriundos da geração M no mundo das corporações, algumas evidências já se fazem bastante presentes. Uma delas é a compreensão que uma andorinha sozinha não faz verão. Na medida que este grupo de novos profissionais colocam em discussão sua visão crítica, toda a organização começa a se movimentar para assumir um posicionamento. Há aí uma tendência de se associar determinados padrões de comportamentos ao grupo de geração que de certa maneira inaugura o tema. Isto decorre pelo fato de cada geração ser protagonista de um novo modelo latente de aspiração. Mas o que assistimos é que em pouco tempo estas aspirações passam também a ser conhecidas e assimiladas pelas gerações que antecederam.



COMO AS ORGANIZAÇÕES FORAM **ASSIMILANDO** OS MODELOS TRAZIDOS PELAS GERAÇÕES ANTERIORES:

Quando vemos o processo de assimilação que as empresas vieram fazendo com a chegadas das gerações anteriores, entendemos justamente a linha contínua de evolução social . Como se dá a evolução daquilo que foi trazido por uma geração anterior e aquilo que se apresenta puramente como inovação social e comportamental nas sociedades. Um exemplo desta linha evolutiva se percebe nitidamente na escalada das preocupações em como a Geração B suplantou o modelo de prosperidade ligada às famílias tradicionais com o esforço e iniciativa, mas que foi depois seguido pelas mulheres na geração X. O conceito com a qualidade de vida surgiu então com os seus filhos e foi identificado pela geração Y mas que hoje de certa forma a sustentabilidade passa a ser bastante criticada pela geração M

“O futuro está embutido
no presente”

“

John Naisbit - O Líder do Futuro
Editora Sextante

As Primeiras descobertas da pesquisa:

Apesar de estarmos vivendo um grande apogeu da geração M, e ainda pouco se sabe sobre ela. E muita confusão, isso causa em estudos atuais sobre a geração Y. É urgente que se reveja o modelo de negócio relacionado à estratégia de gestão de pessoas. Criar uma nova cultura para atender uma nova geração que começa a modificar todo o sistema de gestão de pessoas nas organizações.

”

RUMOS DE UMA NOVA ORDEM SOCIAL COM BASE NUMA ECONOMIA ASSOCIATIVA E COMUNITÁRIA

✓ Cresce no país o grupo de jovens que, uma vez com diploma, preferem abrir a própria empresa. Qualificados, eles têm altas chances de prosperar. Bom para o país.

✓ De acordo com um novo estudo do instituto internacional Global Entrepreneurship Monitor, já são 3 milhões os brasileiros entre 18 e 24 anos que, com o diploma na mão ou prestes a obtê-lo, estão à frente da própria companhia. Eles vislumbram a possibilidade de alcançar sucesso mais rapidamente – mas também desejam usufruir a liberdade de quem não está sob as asas de um chefe. Outro aspecto captado pela pesquisa diz respeito à visão otimista que têm da economia brasileira. “Eles enxergam espaço para a inovação – e isso é um estímulo decisivo para que tentem a vida por conta própria”. Diz Simara Greco, coordenadora do estudo.

✓ Mais da metade desses novos negócios se concentra no setor de tecnologia, muitos deles na área de TI, um mercado em expansão e passível de ser explorado sem grandes investimentos iniciais – vantagem determinante para profissionais que, em início de carreira, não contam com capital e começam sua empresa até dentro de casa.

✓ Os brasileiros estão postergando a decisão de morar longe dos pais: 62% dos jovens só começam a pensar nisso quando já passaram dos 30 anos, segundo mostra o IBGE. Até lá, vão se capitalizando. Conclui o economista Marcelo Néri, da Fundação Getulio Vargas: “Esse padrão é determinante para explicar o aumento do empreendedorismo entre os jovens com ensino superior no Brasil”.

✓ Num cenário em que 83% dos donos de negócio brasileiros nem sequer pisaram numa universidade, esses jovens com diplomas tem, também, infinitamente mais chances de prosperar. Para se ter uma idéia, apenas 7% das empresas abertas por brasileiros com ensino superior fecham antes de completar um ano de vida.

✓ O Brasil sempre registrou altos índices de empreendedorismo. Entre os jovens 15% dos brasileiros já estão à frente de um negócio próprio, mais do que americanos (14%) ou indianos (12%) – ambos tradicionalmente empreendedores. A boa novidade, no entanto, é que nunca se viu tanta gente qualificada.



MOVIMENTAR BILHÕES DE US \$.

“O mercado desconhece exatamente suas regras, seus motivos, suas ambições e padrões de comportamentos decorrentes de uma inovação tecnológica e dos meios de comunicação, facilmente acessível para qualquer camada social”

✓ Atualmente o mundo vive uma onda de acontecimentos sociais no segmento jovem ainda pouco compreendido. Nações aparentemente bem preparadas socialmente e economicamente como França, Inglaterra, Itália e Japão não estão conseguindo definir os contornos sócio comportamentais de uma Geração que se recusa a substituir o modelo da geração anterior. No Brasil estas mudanças se tornam ainda mais evidentes nas camadas sociais em ascensão. As aspirações dos jovens da camada C não se assemelham a de seus pais e sim as aspirações dos jovens da camada B ou A.

✓ São novos recortes de segmentos indiferenciados por valores sociais, com comportamentos semelhantes em seus sentimentos e ações entre as camadas sociais, não diferenciados por etnias, e se repetem nas diferentes regiões do país. O ambiente da internet os colocou num mundo indiferenciado de linguagem, estética e comportamento.

✓ As empresas voltadas para os mercados da venda direta, que dependem desta nova população para renovar a sua rede de relacionamento e distribuição, precisam estar melhor posicionadas e em condição de atuar como protagonistas desta nova grande onda, que empurrará a todos para um novo recorte econômico, humano e social.

MAS, QUEM SÃO ELES E PARA ONDE CAMINHAM SEUS ANSEIOS E AMBIÇÕES?

✓ Valores como a vida simples, movimento slow são exemplos de novos padrões de comportamento e de consumo. A tendência é integrar uma sociedade sustentável, que passa de uma Era da produção e consumo de massa para soluções de produção comunitária através de um aprendizado continuado.

✓ Lideranças políticas e econômicas passam a valorizar a busca por um estilo de vida não consumista mais barato, mais rápido, conveniente, eficiente e que no fim gere prosperidade econômica.

✓ Escolas passam a incentivar estilo de vida para as crianças mais calmos, relaxados e não agitados e com muito valor social agregado em suas comunidades escolares. A escola deixa de ser apenas espaço de instrução e passa a promover a convivência social à exemplo dos CEU's.

✓ Por outro lado, as fábricas se ruralizam, saem dos grandes centros urbanos e a economia de chão de fábrica dá espaço para a terciarização da MetrÓpole. Assim a geração M passa a ocupar este novo espaço aberto para conviver com o desenvolvimento de um novo tecido social.

Não temos consciência do fenômeno dos “ cisnes negros” que nos cercam. Estamos programados para aprender apenas coisas específicas ao invés de nos atermos a assuntos gerais. Somos, incapazes de avaliar verdadeiramente as oportunidades, demasiado vulneráveis ao impulso de simplificar, narrar e classificar tudo e pelo fato de não estarmos abertos para aqueles que conseguem trazer e imaginar o «improvável».

Nassim Nicholas Taleb - O Cisne Negro

Trata-se de uma geração com valores e expectativas fundamentalmente diferenciadas em sua visão de futuro e portanto, com diferentes expectativas de vida profissional também. E assim que entram nas empresas, começam a colocar em cheque o modelo da liderança ali estabelecida.

Surge então, um descompasso entre Empresa e Sociedade. E pelo fato de estarmos ainda aprendendo a conviver bem numa sociedade pluralista, todos precisamos ter o cuidado para não se estigmatizar grupos diferenciados por ideologias. Por outro lado, a organização social destes grupos nos permite encontrá-los em nichos de interesses, de vida e de trabalho bem característicos. E quando se trata de organizações criadas para agrupar faixas etárias em desenvolvimento, como no caso das escolas, clubes e associações, logo nos é possível enxergar com bastante nitidez as prerrogativas de interesses, valores e comportamentos formados por estes grupos. E em todos estes nichos podemos reconhecer descompassos, seja ele na escola, na família ou nas universidades. No caso das empresas, eles se encontram predominantes na base da sua estrutura, ligados ao processo de operação da gestão. No início de carreira ou em programas de interesse estratégico das empresas como nos casos dos programas de trainees e de desenvolvimento de novas lideranças. Não conseguindo efetivamente, formar aderência a estes programas, eles acabam saindo para buscar outras oportunidades, criando um grande turn over em programas que antes eram estratégicos.

Algumas empresas estão mudando o discurso de recrutamento e seleção, sem contudo criarem uma nova forma de organização de trabalho, compatível com esta nova tendência (*).

Não se está conseguindo definir qual deverá ser a proposta e as soluções necessárias para aquilo que as novas gerações estão criticando do atual modelo de atuação destes representantes da Empresa da geração Y. O resultado é tal que ao perceberem que a empresa não fala a sua linguagem, se demitem. Aos poucos os dispendiosos programas vão sendo esvaziados e com pouca adesão. Os que ficam na verdade, se adequam aos modelos antigos, não contribuindo assim com a inovação esperada. Para lidar com este fenômeno social, é preciso ir além do trabalho de equipe e da liderança participativa. Até agora os representantes da geração Y tem tido muito mais o papel de serem eles os críticos dos modelos anteriores e protagonistas do novo modelo. Mas não começaram ainda a lidar com a auto crítica de seu próprio modelo. E com a chegada deste novo grupo questionador, os atuais líderes nas empresas estão precisando rever seus modelos. Este processo de inovação pode ser otimizado se puderem aprender com as novas gerações e se abrirem verdadeiramente para um novo aprendizado social. Não precisa levar sete anos ! Como no caso deles que ao chegarem eram estigmatizados pelos velhos líderes. E o que podemos fazer? É preciso ir na raiz do motivo das mudanças chamadas de Choque de Gerações

(*) Exame 30-dez-2009: Seleção mais concorrente do País

1. COMO SÃO FORMADAS ESSAS GERAÇÕES?

Sabemos que biograficamente por volta dos 14 anos, inicia-se uma nova etapa no desenvolvimento humano e social. Tendo terminado a formação e a estruturação físico orgânica, agora inicia-se um novo processo do desenvolvimento da individualidade humana. Surge então os chamados hormônios diferenciais e sexuais. É através deste processo que o jovem adolescente vai se tornando adulto e iniciando na vida social e entrando nas áreas produtivas e no trabalho.

Todo esse processo de desenvolvimento psicológico tem o acompanhamento do amadurecimento orgânico e funcional evidenciado pelo surgimento das diferenciações da individualidade humana que propicia entre outras coisas a maturidade para a vida adulta.

Cabe ao processo educacional a preparação e orientação das novas gerações para conseguirem atuar de forma crítica e renovadora das sociedades humanas.

Cada vez mais o aprendizado social, descentralizado da figura do educador vem estimulando a organização do conhecimento e da experiência desses jovens para coloca-los no mundo de forma crítica e transformadora.



2. QUAIS SÃO OS MARCOS IMPULSIONADORES DESSE PROCESSO DE MUDANÇAS NA SOCIEDADE?

“O Choque de Gerações”

A cada 14 anos, novos paradigmas surgem trazendo consigo novos valores que vão exigindo que a sociedade e as organizações se renovem e incluam novos modelos de relacionamento social e de trabalho

.....

Um grande marco dessas mudanças sociais ocorreu a partir do término da guerra em 1945.

Foi um período que procurava deixar para trás um modelo social, econômico e político que em

parte gerou muitas guerras. Muito do que vemos hoje é o resultado daqueles novos indicado-

res de progresso. Quando novos valores sociais e econômicos passaram a impor os modelos

de desenvolvimento, isto continuou assim até culminarem com as recentes crises globais que

passamos a assistir nos últimos tempos e que muitos ainda insistem em mantê-los de pé. Po-

demos dizer que foi a partir de 1945 que o mundo passou a buscar os indicadores de desen-

volvimento econômico social que estão ainda em vigor, à exemplo dos indicadores estabele-

cidos pelo PIB – Produto Interno Bruto. Hoje sabemos que o PIB não é um bom modelo, pois

não inclui o conceito do desenvolvimento sustentável humano, social e ambiental. Mas entre

1945 até a crise de 2009, surgiram novas crises e novos paradigmas que buscaram rever

modelos e precisavam ser superados. A convivência desses novos valores nem sempre é fácil.

Muitas vezes ocorrem grandes conflitos que dão origem aos chamados choque de gerações.

3. O QUE TEM SIDO O CONTEÚDO DO CHOQUE ENTRE AS RELAÇÕES

Como temos visto, de forma mais nítida, ocorre de maneira mais acentuada à cada 14 anos conforme a duração do período do amadurecimento humano. Nesta fase a vida do adolescente passa a buscar o reconhecimento do seu lugar na sociedade, acentuando as expectativas de mudanças que aos poucos vão sendo incorporadas pelas sociedades e então pelos meios produtivos, direcionando a economia. Assim é que as instituições passam a ter que aprender a lidar com as críticas e inovações que esses grupos trazem, impondo modelos de mudanças e de evoluções sociais e humanas. A cada novo ciclo são novas exigências de entendimento que se almejam, gerando assim novas direções dos rumos da vida econômica, pois essas evoluções além de estarem associadas a mudança de comportamento também se relacionam com impulsos gerados pelos setores do conhecimento, de tecnologias, impulsionando novos modelos e tendências repercutindo por todos os setores e camadas das sociedades. Com o passar dos anos, o acesso fácil aos meios de comunicação de massa, tem feito com que os impulsos de vanguarda passem a ser absorvidos por todas as camadas sociais e de maneira mais rápida.

4. QUAIS FORAM OS IMPULSOS DESSAS GERAÇÕES E QUE MUDANÇAS FORAM SENDO TRAZIDOS POR ESSAS GERAÇÕES, PARA A SOCIEDADE E PARA A VIDA DO TRABALHO?

Em cada novo ciclo que se estabelece, uma série de novos padrões sociais e humanos passam a nortear as mudanças, tanto dentro como fora das empresas. Escolas, famílias instituições em geral passam a receber a influência desta nova linguagem. Aos poucos estes novos interesses passam a impor as novas regras de comportamento e de consumo. Para as empresas são novas exigências de entendimentos que se fazem necessárias para sua evolução organizacional.

5. E COMO SE ENCONTRAM DISTRIBUÍDAS AS GERAÇÕES NAS ORGANIZAÇÕES?

A distribuição das gerações também se encontra presente na estrutura hierárquica das organizações. Assim os membros das gerações anteriores hoje já estão mais retirados das áreas de operação e buscando fazer parte do conselho de negócios. E as gerações mais jovens que estão entrando nas empresas estão mais presentes aos programas de trainees, que prometem a eles ascensão rápida e sucesso. E como geralmente esta ascensão rápida não é correspondida, isto tem gerado conflito e acabam debandando dos programas e indo buscar suas próprias iniciativas.

Estas mudanças também afetam outros setores e agem como impulsionadores de evoluções como no caso de setores tecnológicos, jurídicos, sociais, saúde e áreas da vida humana em seus mais diferentes aspectos.

Processo de Formação das Gerações: **Tendência dos Grupos**

Um importante fato para se compreender a relação entre as gerações é que a Geração M é filha da Geração X, que foi uma geração de importantes reformulações do papel da mulher na sociedade e por isso ela representa também profundas retomadas na revisão do papel da mulher na sociedade e nas empresas.

6. A ESTRUTURA DE FUNCIONAMENTO DOS NOVOS GRUPOS

Esses três grupos anteriores das gerações B, X e Y possuem algo em comum relacionado à crença da vida corporativa nas organizações e de sua continuidade.

Ao lado das tecnologias integradas e globais, uma nova constatação vai ganhando espaço na vida social e humana. Rumores de uma insatisfação ou até de uma infelicidade global coloca em risco o engajamento das novas gerações nas empresas. A facilidade da comunicação e da vida virtual vai aos poucos nos levando para a preparação de um novo milênio que traz consigo o resultado dos avanços das tecnologias da informação e do convívio de redes, diferente das gerações anteriores, que estavam voltadas para a vida corporativa este novo grupo questiona o papel dos grandes líderes, vivem nos sistemas de redes anônimos e fazedores de opinião. Vão ocupando o lugar de grandes nomes. Sua autonomia e independência tiram a sua felicidade da expectativa de vida nas corporações. Agora a expectativa de realização de suas vidas está fora das empresas, fora das universidades.

7. OUTRO ASPECTO: A INTEGRAÇÃO DE CLASSE SOCIAL

A convivência nas redes sociais interativas da internet, formam novos agrupamentos indiferenciados por classes ou etnias, e sim por interesses. Criam redes potentes formadoras de opinião, não se fixam por muito tempo em um único tema. É esta a geração que está hoje iniciando suas primeiras experiências profissionais. Procuram as empresas, mas seus objetivos não estão nelas. São exigentes, imediatistas e anseiam por progresso rápido para aquilo que vieram buscar para si.

Como os líderes e CEOs nas empresas são hoje membros da geração Y, então é bastante visível o reconhecimento de seus valores, motivações, estilo e a sua influência no modelo e no clima de relações sociais no trabalho.

E o que podemos reconhecer da convivência dessas gerações hoje com a Sociedade em geral, nas escolas, famílias e nas empresas?

Importante compreender que esta Geração M é filha da Geração X, e por isso representam profundas retomadas na revisão do papel feminino. Contudo nas empresas quem está no comando são membros da Geração Y que são essencialmente idealistas e orientados por propósitos. Aparentemente aparece um choque para eles quando estes novos colaboradores recém chegados respondem com liberdade e informalidade sobre temas que tem opinião diferente.



AS ORGANIZAÇÕES ATRAVÉS DAS GERAÇÕES

Onde sociedade e empresas coexistem nas mudanças

A cada 14 anos com a entrada de uma nova geração de profissionais no mercado de trabalho, as empresas passam através de seus líderes a buscar nos modelos de suas relações novas soluções, gerando mudanças na cultura de suas organizações e estas por sua vez passam a incorporar em suas estratégias e modelos de negócios.

1946

Formadas pela geração dos nascidos entre 1946 a 1960. Período do surgimento do Baby Boom (boomer). Passam a entrar no mercado de trabalho a partir dos anos 60's e são os precursores das mudanças sociais e afetivas da família e das organizações.

1960

Formadas pela geração dos nascidos entre 1960 a 1974. Período da revolução da mulher no trabalho, na família e na sociedade em geral. Entram no mercado de trabalho a partir de meado dos anos 70's e são precursores da nova Divisão Internacional do trabalho a partir da informática.

1974

Formadas pela geração dos nascidos entre 1974 a 1988. Período da revolução da nova divisão Int do trabalho. Entram no mercado de trabalho a partir de meado dos anos 90's e são precursores da nova onda verde e questões do meio ambiente. Revisão do lazer na vida humana.

1998

Formadas pelos nascidos entre 1988 a 2002. Época da revolução da mídia eletrônica. Entram no mercado de trabalho a partir de meado dos anos 2000 e são precursores da internet e redes sociais. Passam a desenvolver aspectos Multifuncionais em todos âmbitos de suas vidas.

2002

Formadas pela geração dos nascidos entre 2002 a 2016 Geração Índigo Apresentam mudanças na estrutura do DNA – São portadores de novas faculdades perceptivas e estarão entrando no mercado de trabalho a partir de 2016.



ESTRUTURA DE FUNCIONAMENTO

De tempos em tempos ocorre na História uma grande transformação, que obriga as sociedades e as organizações se reorganizarem. E a melhor maneira de prevêê-la é criá-la. E para isto é preciso ter coragem, pois onde há uma empresa de sucesso, é porque alguém tomou uma decisão de coragem e caberá ao bom líder então fazer com que pessoas comuns façam coisas incomuns - "Peter F Drucker"

Para uma análise mais recente da economia moderna, vamos começar convidando como o primeiro grande marco, a formação desta geração que foi estabelecida pelos membros a geração pós-guerra. Assim é que os baby Boomers – Geração B - pessoas que nascidas a partir de 1946 aspirando por um novo modelo social de desenvolvimento e de reconstrução do pós-guerra foram criando os novos parâmetros para esta economia. Durante todo o período de 14 anos, um grande impulso econômico de reconstrução predominou nesta época. Eles foram também os precursores das profundas mudanças sociais revidendo os valores das famílias tradicionalistas. O modelo de reconstrução e de maior integração social, como no caso dos negros americanos, que o mundo encontrou no pós guerra, passou a privilegiar o trabalho como forma de enriquecimento. Este modelo se opunha aos valores de uma sociedade que venerava as famílias tradicionalmente estabelecidas e que dirigiam os rumos do desenvolvimento criando verdadeiros impérios econômicos. Eles propunham a possibilidade de realizar grandes mudanças através do trabalho: O grande marco inicial desta geração ficou marcado pelo discurso de Martin Luter King: Eu tive um sonho!



Trouxeram o valor da iniciativa e do trabalho como forma de desenvolvimento. Isso trouxe um novo rumo para a direção da economia mundial. Seu lema era: nós vamos mostrar ao mundo que pelo trabalho venceremos as condições sociais de nascimento. Seus esforços e valores escavaram assim o leito por onde passou a correr os novos rumos da economia. Essa geração deu origem ao empreendedorismo pioneiro. O empreendedorismo e a livre iniciativa passaram a ser mais valorizadas como meio de desenvolvimento e não mais a estabilidade de um emprego abrigado por uma grande trust econômica. Nesta época consolidaram-se grandes nomes associados à grandes reformulações na ordem internacional do trabalho que passaram a influenciar profundas mudanças na estrutura de funcionamento das organizações. A indústria de base e de transformação tem grande impulso. O mundo todo passa a investir em infra estrutura que restabelece a relação entre a metrópole e o estado. Nesta época pensadores como Peter Drucker começa a reformular as ciências sociais no marketing. Passa a ser um grande impulsor do empreendedorismo e suas contribuições estão até hoje aí movendo importantes inspirações como o papa da Geração B.

ESTRUTURA DE FUNCIONAMENTO

Um líder deve entender que uma equipe é formada por pessoas diferentes. Não se trata de uma pessoa ser melhor que outra. É uma questão de entender que o desempenho de uma pessoa está ligado não apenas ao sistema em que ela trabalha, mas ao processo de qualidade de toda a sua vida. E que é também papel do líder compreender a interação de todo o processo da vida social e cultural em que a comunidade empresarial está inserida.
W. Edward Deming

A partir dos anos 60 e se estendendo por todo esse período, até meados de 1970 mais precisamente 1974, com o chamado ano da crise energética mundial, a economia passou a ser influenciada pelos valores da chamada geração X. É importante notar que o ciclo de gerações também é subdividido por dois grupos. O primeiro período neste caso (de 60 a 68) amadureceram as críticas sociais trazendo com isso uma crise ao chamado modelos impostos pelo establishment e o segundo ciclo que toma a crise e implementa novos valores sociais e de comportamento. O grupo do primeiro ciclo, é sempre o desbravador de um novo modelo, muitas vezes nem desfruta das mudanças idealizadas por ele, quando já o segundo grupo, é aquele que mais desfruta dessas mudanças, até que surjam novas propostas com a chegada de uma nova geração para reescrever um novo capítulo da história social.

No caso da geração X passaram a se opor ao modelo da geração B excessivamente "masculina". Agora as mulheres passam a rever o seu papel tanto dentro como fora da vida da família..

As mulheres começam a se organizar por buscas de maior reconhecimento social, econômico e de trabalho. Passam a buscar a formação profissional como meio de ascensão social e de contribuição no processo gerencial e de gestão nas empresas. Nesta fase, foram grandes as contribuições de modificações feitas nesta época:

Recuperaram o valor da mulher nos meios econômicos abrindo espaço na busca de uma nova atuação para a realização das mulheres que pleitearam por novas funções "externas" nas áreas políticas, econômicas produtivas. Esta é uma época de grandes nomes femininos que passaram a ser apoiados por esta geração. E por terem trazido esses valores feministas para a vida social, passaram a ser caracterizados como geração X.

Assim tanto as áreas trabalhistas, jurídicas e tecnológicas sofreram profundas contribuições e transformações trazidas por esses novos valores.

O conhecimento técnico e a qualificação profissional passou a ser popularmente valorizada como meio de desenvolvimento, além do empreendedorismo. Já na época em que a geração X começa a assumir o desenvolvimento profissional e de carreira a vida nas empresas está passando por uma importante transformação por aquilo que acabou por formar

toda esta geração na chamada Gestão de Qualidade. Ele aproxima o Ocidente do Oriente e as chamadas estratégias de negócios japonesa ganham destaque como modelo de sucesso na nova economia.

No caso de W. E Deming, Juran Akiro Mortia e todo o grupo de pensadores da qualidade industrial, fomentaram a chamada escola sistêmica e suas relações com a cultura da comunidade como um todo. Suas contribuições estão até hoje como inspiradores de toda uma época que nasceu com a geração X.



Domenico Di Mase

O ócio criativo

“ Só pessoas que não são consumidas pelo trabalho, podem aproveitar bem o tempo livre. E mesmo assim, ele precisa ser preenchido por atividades que não cansem nem alienem. Pois, para usufruir da liberdade com sabedoria, é preciso aprender a fazê-lo. O líder precisa estimular a sua equipe na busca por atividades libertadoras. Se quisermos ser donos do nosso destino, é preciso refletir sobre ele e isso só é possível com ócio criativo. Teremos um futuro brilhante nas mãos quando houver pouca distinção entre a criatividade e trabalho. Quando a criatividade for a principal competência para o trabalho, então fica difícil distinguir os momentos em que estamos dando duro ou usufruindo do nosso tempo livre. É neste momento que estamos criando à nós mesmos”.

ESTRUTURA DE FUNCIONAMENTO

Os filhos nascidos dessa nova geração de famílias transformadas pelo trabalho, onde pai e mãe trabalham fora, vão aos poucos formando um novo impulso social e econômico. A Instituição Escola passa a ser imprescindível para esta sociedade não apenas como meio de ascensão econômica mas também para ter onde deixar os filhos. E assim o ensino deixa de ter um enfoque eminente técnico e prático e passa a incorporar valores sociais e esportivos também. A vida desta nova geração foi ocupada por muitos cursos.

Ao se tornarem adolescentes, estes jovens começaram também a mostrar as suas insatisfações e críticas pelo esvaziamento do significado da vida em família. Então, a partir de 1974 surgem cada vez mais evidente uma geração que passa a valorizar o prazer e a qualidade de vida. Esta nova geração põem em dúvida o trabalho como única razão de vida da classe média. Criticam o enorme sacrifício que seus pais realizam em busca

de condições, conforto e consumo, tão dissociados do lazer e do bem estar. Passam a ser muito críticos a programas de resultados mais imediatistas. Surgem movimentos com visão no longo prazo como movimentos ecológicos e de bem estar social

Os novos valores buscados por esta nova geração, começam a ser evidenciados por novos pensadores sociais, surgem nesta época aqueles que preconizaram a importância do lazer e da redução de jornada de trabalho e novas reivindicações dos sindicatos dos trabalhadores em todo o mundo, ganharam o apoio desta nova mentalidade. A economia ganha grande impulso nas áreas do lazer e do entretenimento



As férias remuneradas são exemplos de conquistas trazidas por esta geração. Neste período houve a chamada revolução do bem estar e aos poucos vai surgindo no mundo o movimento denominado por eles de "ecológico". À medida que esta geração ascende nas organizações começam a imprimir sua mentalidade e suas influências perante a idéia de sustentabilidade que passa a ampliar a visão do planejamento para o longo prazo. Esta geração coloca em dúvida o sentido de um progresso material dissociado de uma realização pessoal e espiritual.

Aos poucos, novos conceitos e formulações trazidas pela mentalidade desta geração passa a colocar em dúvida o futuro planetário e a felicidade humana, se algo não for feito urgente para mudar os rumos do desenvolvimento. Muitas outras alterações estão em curso. E graças à esta nova visão, soluções novas estão sendo encontradas para se conter ou reorientar os rumos de uma nova economia mundial.

Com o surgimento das áreas de serviços e de distribuição dos produtos industriais começa aqui um despertar da terciarização da economia. São novos recortes, novos arranjos. O mercado do lazer assume proporções inimaginárias. É preciso se intensificar as doutrinas de mercado. Muitos são os representantes deste novo paradigma do Bem Viver. O consumo e o conforto são intensificados. O mercado de entretenimento assume proporções inimaginárias. Podemos citar entre tantos, Domenico Di Mase que escolhe o Brasil para ser sede de seu novo instituto, acreditando que países tropicais tem a vocação para absorver esta nova economia do lazer e do bem estar.

O Sentido do Trabalho

Rudolf Steiner

“

“Quem trabalha para si deve cair gradualmente no egoísmo. Só quem trabalha para o próximo pode tornar-se, passo a passo um trabalhador sem egoísmo. Mas para isso, faz-se necessário uma condição: quando uma pessoa trabalha para outra, deve então ver nela o motivo para seu trabalho; e se alguém trabalha para um grupo deve sentir e experimentar o valor, a essência e o significado da totalidade deste grupo.

E ele só pode sentir isso quando o grupo representa algo totalmente diferente do que apenas uma soma de pessoas isoladas, o grupo deve estar preenchido de um verdadeiro espírito comunitário, no qual cada um faz parte; deve ser de tal forma que cada um possa reconhecer que este espírito está correto, e quer, que seja assim. O grupo deve poder ter uma Missão mais ampla e superior e cada um tem um papel para colaborar que a Missão possa ser realizada”.

”

ESTRUTURA DE FUNCIONAMENTO

São muitos os contornos que se acrescentam e vai se constituindo uma sociedade pluralista. Mas, há muito por vir e por se compreender. É possível vislumbrar comportamentos e tendências que já estão abalando uma economia visivelmente frágil e especulativa, diante das questões da sustentabilidade. Pelo fato desta nova geração viver nos sistemas de redes sociais da internet, são poderosos multiplicadores de opinião. Sua autonomia e independência retira a sua felicidade da vida das carreiras nas grandes corporações como seus pais e avós. Agora a expectativa de auto realização está fora das grandes corporações impessoais. Intensifica a vida nas universidades pelo espaço social e de convívio que elas oferecem à eles. Por outro lado, a pressa para realizar seus sonhos coloca em dúvida o tempo de assimilação ou de amadurecimento natural que a experiência necessita para eles poderem assumir processos de gestão complexa. Nas gerações anteriores, esses três grupos B, X e Y, possuem algo em comum relacionado à crença e valores da vida ligada as corporações, esta geração M coloca em dúvida este caminho e suas expectativas e passam a se orientar para fora da vida das grandes corporações. Acreditam em iniciativas pequenas "small is beautiful" e o empreendedorismo prevalece em suas ações e desenvolvimento. Ao lado das tecnologias integradas e globais, uma nova constatação vai ganhando espaço hoje em dia na vida social e humana. Rumores de uma insatisfação ou até de uma infelicidade global coloca em risco o engajamento dessas novas gerações naquilo que está sendo oferecido como espaço para eles preencherem.



São outras as expectativas, e busca por felicidade. A facilidade da comunicação e da vida virtual vai aos poucos nos levando para a preparação de um novo milênio que traz consigo o resultado de uma sociedade miscigenada. Favorecida pelas tecnologias da informação e pleno convívio de redes sociais interligadas. Esta geração com múltiplas tarefas ou multifuncional, também é chamada de geração Milênio ou Multimídia (M). Diferente das gerações anteriores, que estavam voltadas para a vida corporativa fechada no mundo, este novo grupo quer a vida aberta e aderem à vida virtual e questionam o papel dos grandes líderes. Ainda não está claro para a organização, como se relacionar com esta nova expectativa de prazos e o que temos assistido é uma surpreendente alta de turn over colocando em risco programas de alta importância estratégica para a continuidade do modelo de sucesso do negócio. É assim que constatamos que dispendiosos programas de trainees ou programas de desenvolvimento de novas lideranças estão sendo esvaziados! Muitas empresas estão simplesmente suspendendo estes programas, achando melhor aguardar até que o processo se torne claro. Inicialmente, algumas empresas diante deste processo, achavam que bastaria procurar jovens para seus programas, com a promessa de assumirem logo cargos de comando nas empresas, mas à medida que eles percebem que isto não vai acontecer nos primeiros anos de casa, acabam por abandonar os programas e iniciam um novo processo em outro lugar. Pouco se compreende desta nova lógica, mas pensadores como Daniel Goleman com sua nova teoria da Inteligência emocional nos abriu uma importante perspectiva para se compreender um novo ser humano mais seguro de si e menos manipuláveis.



CONCLUSÕES PRELIMINARES: **FUTUROS ENCAMINHAMENTOS**

É preciso identificar os chamados conhecimentos conexos ou transversais, para que os jovens de Geração M possam se identificar de maneira mais integral com as exigências do trabalho. Temas relacionados a multiculturalidade como história, arte, sociologia, filosofia, design associados à temas ambientais. Assuntos que ajude-os a entender como a sua profissão pode ser reinterpretada para atender melhor as necessidades dos novos tempos deles e do mercado.

Implicações desta nova tendência para as Organizações:

Num mercado cada vez mais escasso de talentos comprometidos, as organizações precisam estar convencidas de que o melhor caminho é o de preparar para as necessidades deste novo mercado. E passar a investir na criação de novos modelos de relação de trabalho em linha com as tendências desta nova ordem social.

1. Identidade Profissional e suas evoluções:

Muito ainda se precisa compreender mas já é visível que faltará jovens interessados em fazer carreira nas empresas. Cerca de 87% da população analisada não almeja fazer carreira nas empresas. Sua adesão a programas profissionais vem prioritariamente para completar necessidades de sua formação, de experiências novas e investimento econômico. E tudo isto à de suas próprias iniciativas. O Índice torna-se ainda mais expressivo quando é analisado apenas perante a população de mulheres: 67% das mulheres entrevistadas tem o empreendedorismo como sua competência mais desenvolvida, 25% como profissionais autônomas e apenas 8% se vê trabalhando em empresa nos próximos 3 anos.

2. Rede de relacionamento dentro e fora da empresa

Em suas regras de funcionamento nota-se uma forte diferença no tipo de relacionamento dentro ou fora da empresa, em cada um dos grupos. O grupo das novas gerações-M procura investir muito mais nas suas relações sociais e são muito fiéis a elas. Já os grupos Y buscam estabelecer fortes vínculos com rede de relação de aprendizado. Se as gerações M buscam temas de seu próprio interesse, os grupos Y estão mais voltados para propósitos sociais, os grupos B voltados para redes que lhes ofereçam resultados financeiros garantidos. Só nesse grupo aparece o tema do trabalho como fonte de satisfação pessoal, pois buscam estabilidade como base de seu conteúdo.

3. Diferenças das gerações entre rapazes e moças

Há diferenças significativas do jeito de ser entre rapazes e moças em todos os grupos. Na geração jovem, há predominância entre as mulheres por uma tipologia mais extrovertida e ao mesmo tempo mais investigadoras e os rapazes do grupo M são mais introvertidos e preferem atuar mais como questionadores. No grupo de Geração B os grupos masculinos são mais do tipo seguidores. O que significa que os grupos masculinos estão mais fechados em si mesmos e as mulheres mais abertas e também controladoras perante seus objetivos e metas.

4. Rede de relacionamento

As novas gerações apresentam fortes vínculos de relacionamentos entre si, além de se mostrarem mais organizados em suas redes de contato e de apoio. São muito dispostos a manterem fidelidade ao grupo de opinião estabelecida. O prazer e o lazer são seus fortes aliados. Há muito pouca resiliência, diferentemente das gerações anteriores. Desistem fácil diante de dificuldades e quando o assunto está ligado a sacrifício e paciência precisam fortes compensadores.

5. Competências funcionais

As novas gerações tendem a ser muito pouco flexíveis e dispersas em seus interesses. Muito orientadas para o futuro e pouco interessadas em buscar experiência no passado. Comunicativas e falantes, querem experimentar, não se inibindo em ambientes novos. Participam de um modelo de liderança social, pouco perceptivos ao modelo diretivo de cima para baixo e mais receptivo ao modelo horizontal de influência mais do tipo agregador.

6. O Melhor ainda está por vir

São muitos os novos padrões sociais que estão surgindo e rapidamente se estruturando como uma nova tendência. Contudo, ainda são pouco conhecidos os seus reais conteúdos de fato. Aos poucos vai sendo possível de se reconhecer importantes tendências de inovação na forma de organização do trabalho.

7. Rede de relacionamento

Tudo indica que as empresas ao contrário de buscar jovens talentos comprometidos com o mercado terão que rever seus programas de aposentadoria para incluir a presença de profissionais experientes e maduros dividindo atividades com grupos mais jovens, sem contudo caracterizar atividades hierárquicas fortes e sim como coaches e advisors .

8. O Tele trabalho como tendência importante

O Home office sai das casas e ganha as ruas. Se expande e ganha os cafés e WI-Fi públicos apontam como uma solução para conciliar tendências de menor disponibilidade para o trabalho num ponto fixo. A rotatividade de horários e a redução de jornada é outra tendência do modelo de busca das novas gerações. Para tal, há a necessidade da empresa reformular o modelo e estilo dos gestores supervisionarem e controlarem o andamento das atividades. Os novos colaboradores não querem estar o tempo todo, sendo controlado e não estão totalmente disponíveis para a empresa.

9. As questões das novas gerações aparecem como oportunidades de um novo tipo de engajamento

A novidade é que as gerações sociais são altamente idealistas, são críticos e fortemente orientados por propósitos. As empresas tem a chance de oferecer a eles a possibilidade de se sentirem como fazendo parte de um grupo de pessoas que realizam mudanças no campo social. E tornar isso visível para eles poderá ser a chave para se conseguir detê-los por mais tempo em sua estrutura. Isto porque sozinhos, eles não conseguirão realizar a mudança que almejam.

10. Em publicação recente realizada pelo O Estado de São Paulo: Megacidades

A Primeira Macrometrópole do Hemisfério Sul. A mancha urbana cresceu a ponto de emendar São Paulo a Campinas, uniu 65 municípios e hoje abriga 12% da população brasileira. Os 65 municípios do eixo Campinas – São Paulo produzem: 65,3% do PIB do Estado 22,1% do PIB do País. As regiões metropolitanas de São Paulo e Campinas tem juntas: 11.698 km² 0,27% do País 22 milhões de habitantes – 12% do País.

11. O melhor caminho é o de se antecipar

As áreas de RH precisam se posicionar rapidamente perante essa nova janela que se abre como oportunidade de inovação diante das novas tendências ou outras áreas da empresa assumirão esta função para continuarem atraindo novos colaboradores para sua estrutura. Dependerá das empresas conseguirem aproveitar o momento para saírem na frente e inovando na forma de lhes oferecer oportunidades novas. Para tal, será preciso que o RH consiga criar um modelo renovador de relação de trabalho com os colaboradores desta próxima geração.



OBRIGADO!

www.marcelocanal.com.br



MARCELO CANAL
MASTER MENTORING