



CONTRIBUCIONES A LA ECONOMÍA

QUATRO GERAÇÕES EM 2020: CARACTERÍSTICAS E MERCADO DE TRABALHO

Prof. M. Sc. Rickardo Léo Ramos Gomes¹
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6101-9571>
Prof. Espec. Ivan De Oliveira Holanda Filho²
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6368-9971>
Prof. M. Sc. Marcos Paulo Mesquita Da Cruz³
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7390-6602>
Prof. Spec. Ernandes Farias Da Costa⁴
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9855-9667>

RESUMO

Essa pesquisa estuda quatro gerações atuantes no mercado, desse começo da década de 2020. Tendo como objetivo principal: analisar as principais características das gerações *Baby Boomers*, X, Y e Z, e a relação dessas com o mercado de trabalho, de modo que a compreensão dessas relações contribua para uma melhor gestão de pessoas e para melhores relacionamentos no ambiente de trabalho. Os objetivos específicos foram três: primeiro, conhecer as características relevantes das gerações estudadas, identificando o tipo de comportamento no local de trabalho das organizações; segundo, identificar as diferenças mais impactantes das gerações para que esse conhecimento favoreça os funcionários e as organizações; terceiro, identificar as dificuldades do mercado de trabalho. Para isso, foi realizada uma pesquisa bibliográfica, na qual utilizou o método indutivo e com caráter exploratório. Este estudo evidencia que para que a sociedade permaneça em constante desenvolvimento é necessário que haja harmonia entre aqueles que estão no mercado de trabalho, por isso é importante que se estabeleçam bons relacionamentos entre as gerações e que os mais novos respeitem os mais velhos e vice-versa.

Palavras-chave: Relacionamentos, Mercado de trabalho, Gestão de pessoas.

CUATRO GENERACIONES EN 2020: CARACTERÍSTICAS Y MERCADO LABORAL

RESUMEN

Esta investigación estudia cuatro generaciones activas en el mercado, desde inicios de la década del 2020. Con el objetivo principal: analizar las principales características de los *Baby Boomers*, generaciones X, Y y Z, y su relación con el mercado laboral, para que la comprensión de estas relaciones contribuye a una mejor gestión de personas y mejores relaciones en el entorno de trabajo. Los objetivos específicos fueron tres: primero, conocer las características relevantes de las generaciones estudiadas, identificando el tipo de comportamiento en el ámbito laboral de las organizaciones; segundo, identificar las diferencias más impactantes entre generaciones para que este conocimiento beneficie a los empleados y organizaciones; tercero, identificar las dificultades del mercado laboral. Para ello se realizó una investigación bibliográfica, en la que se utilizó el método

1 Prof. da Disc. de Met. do Trabalho Científico (Orientador) – Inst. Euvaldo Lodi; C. U. UniAteneu; C. U. Farias Brito; M. Sc. em Fitotecnia pela Universidade Federal do Ceará (UFC); Spec. em Met. do Ens. de Ciências pela UECE; Grad. em Agronomia pela UFC; Licenciado na Área de Ciências da Natureza, Matemática e suas Tecnologias pela UVA; Aperf. em Líderes de Aprendizagem pela Universidade de Harvard; Aperf. em Gestão de Riscos em Projetos pelo BID; Aperf. em Met. do Trabalho Científico pela FIOCRUZ. Curso Aperf. Rastreamento do Contato da COVID-19 pela Johns Hopkins University (JHBSPh); Consultor Internacional do BIRD para Laboratórios Científicos. Fundador da RLRG Consultoria Científica.

² Pós-Graduação em Ensino de Matemática (UNIATENEU), Licenciado em Matemática (UECE). Bacharel em Administração (Uniderp). Mestrando em Economia Rural. Professor de cursos Técnicos.

³ Mestre em Economia Rural (UFC); Bacharel em Ciências Contábeis (UECE) e em Engenharia Metalúrgica (UFC). Professor de cursos técnicos e redes particulares de ensino.

⁴ Pós-Graduação em Educação Matemática (FAK); Licenciado em Matemática (UECE). Professor da Rede Básica de ensino em Fortaleza.

inductivo y con carácter exploratorio. Este estudio demuestra que para que la sociedad se mantenga en constante desarrollo, debe haber armonía entre quienes están en el mercado laboral, por lo que es importante establecer buenas relaciones entre generaciones y que los más jóvenes respeten a los mayores y viceversa.

Palabras clave: Relaciones, Mercado de trabajo, Gestión de personas.

FOUR GENERATIONS IN 2020: CHARACTERISTICS AND JOB MARKET

ABSTRACT

This research studies four generations active in the market, from the beginning of the 2020s. With the main objective: to analyze the main characteristics of the Baby Boomers, X, Y and Z generations, and their relationship with the job market, so that the understanding of these relationships contributes to better people management and better relationships in the work environment. The specific objectives were three: first, to know the relevant characteristics of the generations studied, identifying the type of behavior in the workplace of organizations; second, to identify the most impacting differences between generations so that this knowledge benefits employees and organizations; third, to identify the difficulties of the labor market. For this, a bibliographic research was carried out, in which the inductive method was used and with an exploratory character. This study shows that for society to remain in constant development, there must be harmony between those who are in the job market, so it is important to establish good relationships between generations and that the younger ones respect the older ones and vice-versa. Back.

Subject Descriptor Thesaurus UNESCO: Generations. Generation conflict. Work environment.

Keywords: Relationships, Labor market, People management.

1 INTRODUÇÃO

O mercado de trabalho, no ano de 2020, é composto por pessoas de pelo menos quatro gerações diferentes, que, para efeitos deste trabalho e com base nos autores pesquisados, inicia-se com os nascidos após a Segunda Guerra Mundial. Nesse trabalho, vê-se os anseios dessas pessoas e como o desemprego atingiu esses grupos. O conceito de geração é definido por Conger (1998) que foi citado por Dacax e Ventura (2016, p.74), como um “conjunto de pessoas que, por terem nascido no mesmo período histórico, receberam ensinamentos e estímulos culturais e sociais similares e, por conseguinte, têm gostos, comportamentos e interesses em comum”.

Essa pesquisa expôs algumas características das quatro gerações que estão atualmente buscando e/ou atuando no mercado de trabalho, partindo-se do seguinte questionamento: como se relacionam, no ambiente de trabalho, as diferentes gerações e quais características se destacam em cada uma delas? Da mesma forma, a pesquisa proporcionou melhor conhecimento sobre o próprio mercado, que está cada vez mais dinâmico e exigente.

Definiu-se como objetivo geral analisar as principais características das gerações Baby Boomers, X, Y e Z e a relação dessas com o mercado de trabalho, de modo que a compreensão dessas relações contribua para uma melhor gestão de pessoas e para melhores relacionamentos no ambiente de trabalho. Especificamente se buscou conhecer as características relevantes das gerações Baby Boomers, X, Y e Z, identificando o tipo de comportamento no local de trabalho das organizações; identificar as diferenças mais impactantes das gerações para que esse conhecimento favoreça os funcionários e as organizações; e identificar as dificuldades do mercado de trabalho.

Quanto aos procedimentos técnicos metodológicos, utilizou-se uma abordagem qualitativa desenvolvida por meio de uma pesquisa bibliográfica. É interessante para os gestores das empresas conhecer as gerações e como elas se comportam em relação ao trabalho, para tomar decisões mais

assertivas. Também é interessante para todos os trabalhadores conhecer sobre essas quatro gerações de pessoas, para se relacionar melhor com os colegas de trabalho.

O artigo ficou estruturado em cinco tópicos. O primeiro foi a introdução onde foram destacados os objetivos da pesquisa. No segundo explicou-se os procedimentos metodológicos. No terceiro desenvolveu-se um referencial teórico embasado em uma pesquisa bibliográfica visando fundamentar as discussões promovidas no quarto tópico. Por fim, no quinto tópico, foram elaboradas as considerações finais.

2 METODOLOGIA

Quanto aos procedimentos técnicos metodológicos, utilizou-se uma abordagem qualitativa desenvolvida por meio de uma pesquisa bibliográfica que, segundo Gil (2002, p.44), “é desenvolvida mediante material já elaborado, principalmente livros e artigos científicos [...] há pesquisas exclusivamente desenvolvidas por meio de fontes bibliográficas”.

Utiliza-se o método indutivo para a abordagem do tema. Esse tipo de método segundo Prodanov e Freitas (2013, p. 28), assim se conceitua: “Indução é um processo mental por intermédio do qual, partindo de dados particulares, suficientemente constatados, infere-se uma verdade geral ou universal, não contida nas partes examinadas”. Neste trabalho, apresenta-se as características e o mercado de trabalho de quatro gerações. Quanto aos objetivos, a pesquisa tem caráter exploratório, que Prodanov e Freitas (2013, p.51) ressaltam que

[...] tem como finalidade proporcionar mais informações sobre o assunto que vamos investigar, possibilitando sua definição e seu delineamento, [...] orientar a fixação dos objetivos e a formulação das hipóteses ou descobrir um novo tipo de enfoque para o assunto.

Como fonte de pesquisa para este trabalho foram utilizados: Trabalhos de Conclusão de Cursos, Dissertação, livros e publicações periódicas, como em artigos, revistas e jornais. Foi utilizado um material de 2007 até 2021, incluindo materiais bem atuais de 2020 e 2021. Os principais autores, que tratam da mesma temática, e que mais contribuíram com as discussões e fundamentações aqui desenvolvidas foram Cossmann (2017), Lemos, Lemos, Noronha e Gomes (2017), Silva (2018), Bacciotti e Marçal (2020) e Ribas, Freitas e Araújo (2020).

3 REFERENCIAL TEÓRICO

Nessa parte da pesquisa, discute-se sobre as quatro gerações atuantes no mercado de trabalho, as diferenças entre elas e suas características específicas.

3.1 As Quatro Gerações no Ambiente de Trabalho e Suas Diferenças

No ambiente de trabalho, a geração conhecida por baby-boomers é a que costuma respeitar a hierarquia, geralmente são funcionários leais à organização e que costumam permanecer muito tempo no mesmo emprego. Atualmente, uma boa parte dos funcionários dessa geração já está aposentada, mas ainda existem pessoas ativas no mercado ou que estão aposentadas e ainda trabalham.

A diferença da geração dos baby-boomers para a geração posterior, conhecida por geração X, é que enquanto a primeira é contemporânea ao nascimento da tecnologia, a segunda já surge utilizando os recursos tecnológicos promovidos pela geração anterior. No ambiente de trabalho, os X têm bastante dedicação ao trabalho, mas costumam apreciar a qualidade de vida e tentam unir o trabalho a um ambiente agradável. As pessoas dessa geração dificilmente passam 20 ou 30 anos na mesma empresa. Ressalte-se que é a que mais as mulheres buscam o mercado de trabalho. A diferença da geração X para a posterior, conhecida por geração Y, é que a primeira já utilizava os alguns recursos tecnológicos, mas a segunda é a que nasceu já convivendo com as tecnologias da informação e comunicação, como informática, internet e telecomunicações avançada.

No ambiente de trabalho, os Y condicionam os hábitos de vida e de trabalho às tecnologias citadas anteriormente. Geralmente são informais, espontâneos e gostam de rapidez no trabalho. É uma geração que busca a autonomia e, por isso, são pessoas afeitas ao empreendedorismo. A diferença da geração Y para a posterior, conhecida por geração Z, é que a primeira já utilizava várias tecnologias e recursos tecnológicos, mas a segunda é a que tem a realidade quase totalmente conectada a Internet.

No ambiente de trabalho, os Z são representados por pessoas criativas, que gostam de inovar. Buscam relacionar o trabalho com o que têm interesse. Trabalham com informações em tempo real e em excesso. No entanto, possuem algumas divergências de comportamento com o que é dito tradicional, por isso têm dificuldades de entrar e permanecer no mercado. Mas, é uma geração que chegou há pouco tempo e se tem muito que conhecer sobre sua maneira de se relacionar com o mercado de trabalho.

3.1.1 Primeira geração

Os *baby-boomers*, referem-se aqueles que nasceram entre 1946 e 1960. Têm hoje entre 60 e 74 anos. Foram crianças e adolescentes que viveram no pós-guerra. Sobre isso afirma Malafaia (2011, p. 4): “no Brasil, os principais marcos dessa geração foram o movimento hippie e a ditadura militar. Fizeram parte de um período de prosperidade pós-guerra em que, com a estabilização das famílias, houve um aumento das taxas de natalidade”.

Esse grupo participou ativamente de vários movimentos, como Crespo (2007, p. 40) relata: “esta geração viveu a Revolução de Maio de 68 [protestos estudantis na França] e protagonizou outras revoluções sociais tais como o divórcio, o aborto, a pílula anticonceptiva e a explosão do consumismo”.

3.1.2 Segunda geração

A segunda geração, os X, compõe-se dos nascidos entre 1961 e 1979. Têm entre 41 e 59 anos e foram crianças e adolescentes que viveram numa época próspera. Sobre isso relatam Júnior *et al.* (2016, p.5): “nasceram em conjunto com a televisão, elemento relevante nas mudanças comportamentais da sociedade que, em pouco tempo, já estaria presente na maioria das residências, influenciando o aumento do consumismo”. Sobre esse grupo Júnior *et al.* (2016, p.5) relatam: “além do estímulo da televisão, os pais também demonstravam que para conseguir as coisas era necessário batalhar para conquistar, o que fez dessa geração, desde jovens, buscarem a

independência financeira e pessoal, para que pudessem usufruir de seus desejos.

3.1.3 Terceira geração

A geração Y é formada pelo que nasceram entre 1980 e 1989. Tem hoje entre 31 e 40 anos. Foram crianças e adolescentes já com as novas tecnologias de informação. Sobre isso afirma Malafaia (2011, p. 5):

O recebimento de uma informação poderia levar meses quando se comunicava apenas por cartas e longas distâncias [...]. Esse tempo passa a ser substituído pela instantaneidade de uma conversa telefônica, envio de um e-mail ou de um tweet, por exemplo.

Sobre esse grupo Júnior *et al.* (2016, p.5) afirmam que

O principal agravante para essa geração, [...], foi o excesso de proteção dos pais para com seus filhos: os pais, baseados no que não tiveram ou não puderam ter em sua juventude, tentaram, através de muito trabalho, fazer tudo pelos filhos, inibindo-os em buscarem seus objetivos.

3.1.4 Quarta geração

Os indivíduos incluídos na geração Z, nasceram entre 1990 e 2009. Tem hoje entre 21 e 30 anos. Foram crianças e adolescentes com a facilidade de novas tecnologias, mais acessíveis e intuitivas. Sobre isso Silva (2018, p.14) citando Fagundes (2011) expõe: “devido ao nascimento dessas pessoas dentro do mundo da tecnologia o processo de aprendizado tem como base a tecnologia”.

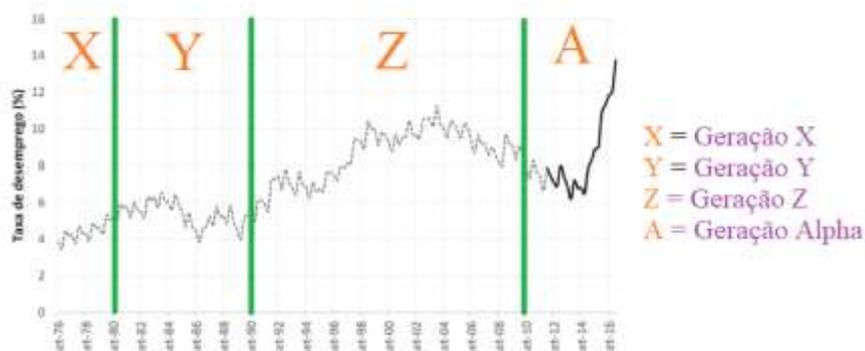
Ainda Silva (2018, p.14) desta vez citando Novaes *et al* (2016) relata: “destaca-se uma dificuldade desta geração no que tange a separação da vida real e digital, carrega consigo a inquietude e o imediatismo gerado pela geração anterior”.

3.2 Mercado de Trabalho

Nesse subtópico do trabalho, discute-se sobre a composição e o ambiente de trabalho, em sua relação com diferentes modos de pensar e ser das diferentes gerações atuantes.

Gráfico 1 –

Taxa de desemprego no Brasil



Fonte: adaptado de Bacciotti e Marçal (2020)

Como se pode observar no Gráfico 1, a época que mais ocorreu desemprego foi na geração Z. Porém, premiada pelas diversas modificações no ambiente de trabalho e os efeitos da pandemia, a

taxa de desemprego entre a geração Alpha Z cresceu mais ainda (Bacciotti e Marçal, 2020). Na prática, cabe observar, que cada geração busca de emprego também no período correspondente à próxima.

A Tabela 1, a seguir, apresenta uma condensação das características observáveis, distintamente por cada geração. Ainda que a apresentação tenha objetivo didático, aspectos que formam o capital social (Bourdieu, 1980) vão se modificando, em funções dos avanços sociais e interpretações da realidade que costumam afetar a vida das pessoas com o passar dos anos e, em especial, conforme vão se adaptando às mudanças promovidas no ambiente de trabalho.

Tabela 1 –
Características das gerações na organização

Baby Boomers	Geração X	Geração Y	Geração Z
Motivados	Céticos	Autonomia	Imediatistas
Otimistas	Meritocracia	Orientados na Tecnologia	Hierarquia vertical não faz sentido
Lealdade à empresa	Equilíbrio Pessoal	Consumista	Hiper conectados
Respeito a Hierarquia	Equilíbrio Profissional	Curiosos	Rapidez
Valorizam a carreira	Empreendedor	Imediatismo	Aprendem o que querem quando querem
Aumento populacional	Informalidade	Criatividade	Sem fronteiras
Preocupados com o dever e a segurança	Hierarquia menos rigorosa	Multitarefa	Criativos
Aversão a conflitos	Disposição em aprender	Tudo é possível	Guiados por ídolos
Estima o sucesso Competitivos	Estabilidade financeira Foco Produtividade	Busca Resultados Reconhecimentos	Ansiosos Pensamento complexo

Fonte: Ribas, Freitas e Araújo (2020)

A Tabela 1, apresenta as características das quatro gerações e como se comportam na organização. Ribas, Freitas e Araújo (2020, p.8) afirmam que “todos os indivíduos de diferentes gerações podem desenvolver a competência pertencente a outra geração, basta estar disposto, motivado e adaptado as mudanças daquele momento histórico”.

Em relação ao mercado de trabalho as gerações em estudo serão referenciadas nos tópicos que se seguem.

3.2.1 Geração *baby-boomers*

A geração *baby-boomers*, corresponde às pessoas que nasceram entre 1946 e 1960. Em relação ao mercado de trabalho, Crespo (2007, p. 40) expõe que “a Geração *Baby Boomers* chega ao mercado de trabalho ansiosa por conquistar o sucesso” e complementa que se “origina o fenômeno do ‘yuppies’, expressão que surgiu no início da década de 80 para designar o protótipo do jovem de sucesso no trabalho que ostenta símbolos de ‘status’ social elevado”. É formada por pessoas que vestem a camisa da empresa, e nela são capazes de passar toda sua vida profissional.

3.2.2 Geração X

Segunda, a geração X, compõe-se das pessoas que nasceram entre 1961 e 1979. Em relação ao mercado de trabalho, Crespo (2007, p. 41) considera que “enfrenta mais dificuldades no

acesso ao mercado de trabalho. Embora tenham maior preparação acadêmica e experiência [...], os indivíduos deste grupo lutam contra a incerteza de uma realidade marcada por reestruturação e desaceleração econômica”.

Ainda sobre o mercado de trabalho Crespo (2007, p. 41) afirma: “essa geração, cujas mulheres entraram em massa no mercado de trabalho, também contestou valores [...], nomeadamente a forma de encarar o trabalho, já que defende políticas de flexibilização e conciliação entre a vida pessoal e profissional”.

Para Lemos, Lemos, Noronha e Gomes (2017, p. 05) “Nesta geração as pessoas são individualistas, buscam equilíbrio entre a vida pessoal e profissional, são independentes, empreendedores, ambiciosos, imediatistas e seguem os passos dos antecessores”.

3.2.3 Geração Y

A terceira geração, nomeada de Y, é formada por aqueles que nasceram entre 1980 e 1989. Em relação ao mercado de trabalho, Crespo (2007, p. 41) considera que são “rápidos e informais. É esta a atitude que a Geração Y exige das suas próprias chefias. Os indivíduos deste grupo querem ‘*feedback*’ contínuo e recompensas, igualmente rápidas e trabalham por objetivos”.

Lemos, Lemos, Noronha e Gomes (2017, p. 06) afirmam que a geração Y

É motivada por desafios e interesse de ascensão rápida, seus integrantes mudam de direção quando percebem que isso não acontecerá em um curto espaço de tempo. Em decorrência, a rotatividade nas empresas está crescendo: trabalhar na mesma empresa por muitos anos não faz parte dos planos desses novos profissionais.

Em outra contribuição de Crespo (2007, p. 42) ele afirma que as pessoas desta geração “valorizam a responsabilidade individual e a liberdade para tomar decisões, querem oportunidades de aprendizagem e crescimento. São orientados para resultados. Querem revisões salariais. Exigem flexibilidade. Muita flexibilidade”.

Ainda em relação ao mercado de trabalho, Crespo (2007, p. 41) afirma: “[...] não estão dispostos a fazer do trabalho a sua vida. Recusam empregos que exigem demasiado sacrifício e comprometimento. Mudam de lugar, viajam e saltam de profissão. Em busca do melhor ambiente de trabalho. De constante aprendizagem”.

3.2.4 Geração Z

Por sua vez, a geração Z é composta pelos que nasceram entre 1990 e 2009. Em relação ao mercado de trabalho, Cossmann (2017, p.14) citando Mendes (2012) afirma: “[...] traço que merece destaque nesta geração, [...], é a ansiedade e o imediatismo, pois não tem paciência. A organização precisa de constantes incentivos e motivação para a mesma”.

Com relação ao mercado de trabalho, Cossmann (2017, p.14) citando Mendes (2012) considera que

Esses novos profissionais estão se inserindo ao mercado de trabalho com muita ousadia, mas sem uma preocupação com o outro. Simplesmente pensam neles, não na equipe, o que leva as empresas [...] entender essa nova geração para captar o melhor do seu conhecimento.

Cossmann (2017, p.14), em nova citação de Mendes (2012) completa: “também apresentam uma necessidade constante de conviver e obter tecnologia a todo momento, além de estarem conectados sempre, com celulares, computadores, tablets, tornando-os dispersos e com falhas de concentração”.

Lemos, Lemos, Noronha e Gomes (2017, p. 06) esclarecem que “essa geração é caracterizada pela letra Z, a qual se origina do termo “zapear”, ato de mudar de forma rápida e repetidamente o canal de televisão ou frequência de rádio pelo controle remoto”.

4 DISCUSSÃO

A título de curiosidade, tirando as quatro gerações expostas nesse trabalho, existem outras duas. A primeira é a conhecida geração dos “veteranos”, nascidos entre 1922 e 1945, que viveram na época da 2ª Guerra Mundial. Também tem a geração mais recente, conhecida por geração “alfa”, que são os nascidos depois de 2010, que nasceram com o celular, as tecnologias e as informações desses tempos.

Nesse tópico da discussão discute-se primeiro sobre as características de relação das gerações no ambiente de trabalho e num segundo momento sobre o mercado de trabalho.

Hoje, no ambiente de trabalho, existem dois pontos importantes que geram um conflito de gerações. Primeiro, com um clique, obtém-se informações e conhecimentos em tempo real. Antes, para resolver esses problemas precisava de um profissional. Agora com um vídeo e/ ou uma pesquisa na Internet consegue-se resolver várias situações. Segundo, com o desenvolvimento da ciência e da medicina, as pessoas estão vivendo mais, tendo mais qualidade de vida e trabalhando por mais tempo.

Cada geração tem as suas características e existem divergências, principalmente em relação à comunicação e ao uso da tecnologia da informação. Enquanto uns querem ficar mais tempo na empresa e fazem de tudo para isso, outros querem experiências novas e procurar empresas que atendam as suas expectativas, na medida do possível e das circunstâncias. Enquanto uns dominam facilmente as tecnologias, outros são analfabetos digitais ou tem maiores dificuldades com as tecnologias. Enquanto alguns são mais concentrados e fazem um trabalho mais focado, outros fazem um trabalho disperso, com várias coisas ao mesmo tempo e conseguem fazer isso.

Pessoas de diferentes gerações convivem juntas no local de trabalho. Os “sem cabelos”⁵ e os “cabelos brancos”⁶ conversam e trocam experiências. As empresas inteligentes, colocam os jovens e os mais experientes para trabalharem juntos, pois enquanto os mais experientes buscam a cautela e a segurança, os mais novos ousam e arriscam mais. No final, todos aprendem e a organização ganha bastante com isso.

Como se pode observar ao longo da pesquisa, cada geração carrega características próprias de sociedades que vão evoluindo ao longo do tempo, tanto em tecnologia, como em outras áreas da

⁵ Pessoas mais jovens

⁶ Pessoas de mais idade

vida. Todas as gerações têm o seu valor e importância. Não se deve fazer juízo de valor com as gerações e querer comparar uma com a outra, esperando que se igualem no trabalho.

Para o sucesso das empresas é interessante que os gestores conheçam um pouco sobre essas gerações, sobre como cada uma se comporta, como é a relação de cada uma com o mercado de trabalho. Até porque há atitudes que para uma geração é normal, mas para outra é uma ofensa. As relações com o trabalho, gostos, esforços mudam em cada geração e os gestores e líderes têm que lidar com o perfil de cada colaborador, para acompanhar as tendências e extrair o melhor de cada pessoa.

Segundo Souza, Santos e Freitas (2018, p.02), “VUCA é uma sigla utilizada para descrever a volatilidade (*volatility*), a incerteza (*uncertainty*), a complexidade (*complexity*) e a ambiguidade (*ambiguity*) no cenário atual. VUCA em inglês, VICA em português”. Tal conceito remete a que se vive em um mundo de incertezas, no qual cada vez mais as máquinas e a tecnologia substituem as pessoas e seu trabalho.

Muitas profissões deixaram de existir e muitas outras poderão deixar de existir em um futuro próximo, e tantos outros empregos foram consideravelmente reduzidos em relação ao trabalho humano, sendo esse substituído por robôs, máquinas e drones, por exemplo. Está cada vez mais difícil conseguir um emprego hoje, para alcançar um bom e almejado trabalho, o que requer muita qualificação. Muitas vagas na área de tecnologia da informação, no Brasil, sequer são preenchidas por falta de qualificação.

As maiores empresas do mundo são empresas de tecnologias, as quais têm poucas pessoas na ponta com alta qualificação, principalmente em tecnologia, enquanto a maior parte fica na base recebendo salários baixos, chegando até a menos do salário mínimo, com jornadas reduzidas ou legislações que permitam, por exemplo.

A tendência do mercado é essa, como uma ampulheta com a parte de cima menor que a parte de baixo: no topo da pirâmide, pessoas bem qualificadas, ficam com os melhores empregos, que são poucos. No meio, as máquinas vão fazer todo o trabalho que dá para as máquinas, os robôs e a inteligência artificial fazerem, e na base da pirâmide trabalhos que pagam pouco e são super concorridos, porque toda a massa de pessoas, sem a qualificação necessária para os empregos de ponta, está atrás deles.

Outra questão refere-se aos aplicativos, como o UBER, no qual as pessoas trabalham e não tem qualquer relação de trabalho com a empresa, caso aconteça algum acidente ou problema, por exemplo. Fora o algoritmo, que não explica como funciona e que varia o preço de duas corridas de um mesmo local para outro mesmo local, por exemplo.

Além de tudo isto, um problema atual é a pandemia do novo coronavírus, que começou em dezembro de 2019 e em fevereiro de 2020 no Brasil. Esse vírus gerou muito desemprego no país. Pessoas foram demitidas, empresas fecharam e muitos brasileiros estão passando sérias dificuldades. O Governo não tomou as devidas providências, mas, forçado pelo Congresso, ofereceu um auxílio emergencial que ajudou os mais necessitados por um tempo. ONG's, empresas e pessoas também estão ajudando a minimizar esse problema, que é crítico.

Outro problema é a redução da carga horária e do salário de muitas pessoas, que implica na dificuldade para se aposentarem, já que como não trabalham o período integral, tem que trabalhar dois dias de 4 horas para valer por um dia de 8 horas, por exemplo. Além de ser uma forma na qual os funcionários recebem menos que o salário mínimo e menos direitos trabalhistas.

Ainda devido a pandemia, uma forte tendência é o *home office*, no qual os funcionários trabalham em casa. Os sistemas e informações das empresas ficam mais vulneráveis, já que os trabalhadores precisam de acesso a partir de suas residências. Muito ainda tem que se discutir sobre isso, já que as pessoas utilizam os seus próprios recursos para trabalhar, quase sempre sem a ajuda da empresa. Além disso, foi retirada a hora-extra e, com isso, o trabalhador estende o expediente e trabalhar mais, sem receber por isso.

Com o avanço da tecnologia, certamente, não terá emprego para todos. Segundo pesquisa, para cada emprego gerado por tecnologia, mais ou menos seis empregos formais são retirados do mercado. Isso é preocupante e com a pouca oferta de empregos, as empresas ficam mais exigentes na hora da contratação. E, infelizmente, algumas pessoas não conseguirão emprego e todos os benefícios que a renda gerada por esse proporciona.

Enfim, independente de qual geração for o profissional, para ingressar no mercado de trabalho tão competitivo, como é o atual, é preciso que as pessoas tenham muito autoconhecimento, busquem aprender coisas novas constantemente e novas competências (conhecimentos, habilidades e atitudes).

Diante do relatado, a pesquisa atingiu o objetivo esperado que era analisar as principais características das gerações *Baby Boomers*, X, Y e Z, e a relação dessas com o mercado de trabalho, de modo que a compreensão dessas relações contribuísse para uma melhor gestão de pessoas e para melhores relacionamentos no ambiente de trabalho.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo expõe sobre os *baby boomers*, que nasceram numa época de pós guerra, com altas taxas de natalidade e uma boa prosperidade. Pessoas com disciplina e obediência. Buscavam o sucesso profissional e quando conseguiam, ostentavam.

Depois, a geração X, dos filhos dos *baby boomers*, que foram protagonistas de movimentos estudantis, mas que ficaram conservadores como seus pais. Viveram numa época de crescimento econômico e viram a televisão e todas as diminuições de distância que essa proporcionou, no entanto, tiveram mais dificuldades para ingressar no mercado de trabalho.

A geração Y, por sua vez, teve mais acesso a tecnologias. Com isso, provaram a instantaneidade e, através de emails e telefones, resolviam e buscavam a rapidez nas suas vidas. No mercado de trabalho eram informais, com linguagem e estilo descontraído.

Por fim, a geração Z, que já nasceu com tecnologia mais desenvolvida e consegue várias coisas com apenas alguns cliques em seus modernos aparelhos eletrônicos. Porém estão com dificuldades de conseguir emprego, devido a forte concorrência e a falta de oportunidades.

Este estudo evidencia que para que a sociedade permaneça em constante desenvolvimento é necessário que haja harmonia entre aqueles que estão no mercado de trabalho, por isso é importante que se estabeleçam bons relacionamentos entre as gerações e que os mais novos respeitem os mais velhos e vice-versa.

Trabalhos futuros são sugeridos, como, por exemplo, uma pesquisa de campo que obtenha dados qualitativos e/ou quantitativos para aprofundar o conhecimento sobre o impacto de diferentes gerações atuando conjuntamente no ambiente de trabalho.

REFERÊNCIAS

- Bacciotti, R. & Marçal, E. F. (2020). Taxa de desemprego no Brasil em quatro décadas: retrospetiva da PNAD contínua de 1976 a 2016. *Estud. Econ.* São Paulo, vol.50, n.3, nov. ISSN: 1980-5357. Disponível em <https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0101-41612020000300513&script=sciarttext>. Acesso em 11.04.2022.
- Bourdieu, P. (1980). O Capital Social – Notas Provisórias. In: Nogueira, M. A. & Catani, A. (org.). *Escritos de educação*. Petrópolis: Vozes, 1998.
- Cossmann, A. P. (2017). *Relação da geração Z com a memória organizacional: estudo na Frimesa Cooperativa Central - unidade frigorífica de medianeira-PR*. Dissertação (Mestrado em Administração de empresas). Programa de Pós-Graduação em Administração, da Universidade Presbiteriana Mackenzie. São Paulo. Disponível em: <http://tede.mackenzie.br/jspui/bitstream/tede/3624/5/ANA%20PAULA%20COSSMANN.pdf>. Acesso em: 11.04.2022.
- Crespo, L. (2007). As quatro gerações que habitam nas empresas. *Jornal de negócios*. P.40-41, jun. Disponível em: http://www.isa.utl.pt/files/pub/noticias/recortes/As_quatro_geracoes_que_habitam_nas_empresas_Jornal_de_Negocios_28_Jun2007.pdf. Acesso em 11.04.2022.
- Dacax, E. K. & Ventura, A. de F. (2016). As expectativas das gerações Y e Z quanto ao mercado de trabalho. *Revista Tecnológica da Fatec Americana*. São Paulo, vol.4, n.2, abr./set. ISSN: 2446-7049. 2016. Disponível em: <https://fatecbr.websitesequero.com/revista/index.php/RTecFatecAM/issue/view/8>. Acesso em: 11.03.2022.
- Gil, A. C. (2002). *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4ª ed. São Paulo: Atlas.
- Júnior, C. C. M. C., Lima, F. A. de; Conceição, I. A. da; Souza, W. A. de; Konrad, M. R. (2016). O gerenciamento das relações entre as múltiplas gerações no mercado de trabalho. *Revista da Faculdade Eça de Queirós*, vol.6, n.21, p.1-19, fev. ISSN 2179-9636. Disponível em: http://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170509162633.pdf. Acesso em: 11 abr. 2022.
- Lemos, A. M. de F., Lemos, F. E. de A., Noronha, R. B. de & Gomes, R. L. R. (2017). Os desafios dos gestores para gerenciar os conflitos de gerações nas empresas. *Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales*. outubro-diciembre. ISSN: 1988-7833. Disponível em: <http://www.eumed.net/rev/cccs/2017/04/gerenciar-conflitos-empresas.html>. Acesso em 11 abr. 2022.
- Malafaia, G. S. de. (2011). *Gestão estratégica de pessoas em ambientes multigeracionais*. In: VII Congresso Nacional de Excelência em Gestão. Rio de Janeiro, ago. Disponível em: http://www.professores.uff.br/screspo/wp-content/uploads/sites/127/2017/09/PSI_P2_artigo10.pdf. Acesso em: 16 mar. 2022.
- Prodanov, C. C. & Freitas, E. C. de. (2013). *Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico*. 2ª ed. Novo Hamburgo: Feevale.

- Ribas, H. Y. R., Freitas, R. S. I. de & Araújo, R. L. de. (2020). *Conflito organizacional, multigeracional*. Anápolis-GO. Disponível em: <http://repositorio.aee.edu.br/bitstream/aee/1155/1/CONFLITO%20ORGANIZACIONAL%2c%20MULTIGERACIONAL.pdf>. Acesso em: 16 mar. 2022.
- Silva, N. B. da. (2018). *Características de liderança percebidas pelas gerações X, Y e Z*. Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas - FATECS. Brasília. 2018. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/prefix/14999/1/21501935.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2022.