

# GenX vs. GenY



HUGO GONÇALVES  
Chief Innovation Officer | Executive  
Coach | Trainer  
pt.linkedin.com/in/hgoncalves  
hugogoncalves@powercoaching.pt

“Poucos têm a grandeza de vencer a própria história e o mundo sozinhos; mas cada um dos nós pode trabalhar para mudar uma pequena porção de eventos, e no total com todos esses atos será escrito um melhor presente e futuro.”

ROBERT KENNEDY



Em qualquer trabalho, posição ou função numa organização, todos temos que trabalhar de forma intensa para adquirirmos novas competências. Toda a informação e conhecimento está acessível. O “trabalho” aqui é querer aprender. Adquirir a experiência e nutrir a criatividade de melhorar o atual e imaginar o futuro implica um tipo de compromisso diferente. A questão aqui é não ter medo de evoluir e pensar, ser e atuar de forma diferente. Não ser contra ou a favor de algo. Mas ser diferente. E é este o grande poder e detonador que identifico como sendo crucial para as Pessoas e Organizações. Unirem o melhor de todas as gerações que neste momento estão envolvidas na liderança e execução e criação de atividades|produtos|serviços. E que as próprias empresas sejam o melhor palco para que as Pessoas possam ser os atores mais genuínos nesse papel.

**Para isso, novos e experientes têm que realizar uma aprendizagem e escuta ativa mútuas. Todos os dias, aprender algo e todos os dias, esquecer algo também.**

Existe uma abordagem a que chamo o **CA-MINHO DO MEIO NAS ORGANIZAÇÕES**, baseado em 5 alicerces que estruturam a forma como se pode criar a melhor mescla de competências e personalidades numa organização:

- Valorizar a Escolha
- Impulsionar uma Agilidade Tranquila
- Potenciar os “Knowmads”
- Criar Feedback Emocional Mensurável
- Aceitar o Medo de Falhar

Todos já ouvimos falar no “generation gap”. De certeza que o sentimos (no passado e agora) :)

Não gosto de codificar as pessoas e gerações desta forma, mas o que apresento em seguida define de forma competente o tipo de personalidades que temos neste momento nas organizações (como em tudo, existem pessoas que não se alinham pelos estratos e eu próprio sou uma mistura de “gerações” a nível de personalidade).

A **geração X** (nascidos entre meados dos 1970’s e 1980’s) acredita na objetividade, são pragmáticos no seu terreno de atuação. “Work hard, play harder” é o seu lema. Entendem o sucesso como alcançar a meta. Fizeram a transição do sacrifício para a afirmação. Mas tiveram o cuidado de passar a centelha dos sonhos e do possível para os mais novos. Passaram a esperança e a confiança, mas infelizmente e devido ao seu próprio processo de afirmação, não foi possível transmitir uma melhor ligação à realidade e às ferramen-

Para isso, novos e experientes têm que realizar uma aprendizagem e escuta ativa mútuas. Todos os dias, aprender algo e, todos os dias, esquecer algo também

tas para ir além do sonho - estruturar, planejar, agir, interessar com doses q.b. de empenho e foco.

A **geração Y ou Millennials** (1990’s) foi incentivada a perseguir os seus sonhos e recuperou alguma da imaginação, criatividade, conceito de sociedade e bem maior. Valorizam o caminho. Milhões tornaram-se os portadores do estandarte do que chamo a versão renascentista dos Negócios e Organizações - ter um lucro com propósito sem que ninguém fique a perder e que contribua para um equilíbrio (muito diferente de total igualdade) na sociedade.

### X é de Marte, Y é de Vénus.

Dada esta realidade, chegou o tempo de nós (os líderes e profissionais da geração - 35's até 50's) aceitarmos, prepararmos e acompanharmos “esta malta nova” na definição de um novo futuro mais sustentável suportado por estes profissionais. Porque em 2020 eles serão 60% da força ativa de trabalho no mundo.

Jamie Gutfriend, do CAA's Intelligence Group, refere que é de todo o interesse das organizações transformarem-se para poderem ter condições de “encantar”, desenvolver, motivar e cuidar (sim cuidar) de todo este talento técnico e emocional que está em fase de erupção. Senão e como em tudo, um preço será pago. A infografia seguinte apresenta as aspirações e expectativas dos GenY (ver infografia).

Se pensarmos bem, também os mais experientes tiveram (e muitos ainda têm) estas aspirações e desejos de deixar uma pegada positiva no mundo. Algures perdemos esse elo. Que melhor forma de o recuperar promovendo a empatia, a preparação, o entusiasmo e o grooming positivo dos GenY ao mesmo tempo que partilhámos a nossa experiência, fluidez de raciocínio objetivo, sermos práticos e termos um foco apurado? Um win-win!

Como podem os GenX's e GenY's potenciar as suas diferenças e transmutarem o “conflito” para uma “aliança” nas organizações? Existe o que chamo o **CAMINHO DO MEIO NAS ORGANIZAÇÕES** e em seguida apresento os alicerces que sustentam essa abordagem:

Por isso um GenY deve ser ajudado a definir os seus objetivos, metas e resultados. Mas os GenX devem confiar e proporcionar a abertura para que estes sejam atingidos através da total utilização da inteligência técnica e emocional dos GenY, à sua maneira



### VALORIZAR A ESCOLHA

É necessário proporcionar escolhas. Existem metas, objetivos, mas estes podem ser alcançados de formas diferentes. E hoje é fácil ter escolha, pois temos acesso a tecnologias de baixo custo e a um grau de conectividade e conhecimento que proporciona uma curiosidade e evolução sem igual. Mas estas devem ser alinhadas e focadas com os objetivos das equipas e da empresa - sempre balizados pelo bem comum. **Por isso um GenY deve ser ajudado a definir os seus objetivos, metas e resultados. Mas os GenX devem confiar e proporcionar a abertura para que estes sejam atingidos através da total utilização da inteligência técnica e emocional dos GenY, à sua maneira.**

### IMPULSIONAR UMA AGILIDADE TRANQUILA

Sim, de facto as empresas têm que ser mais dinâmicas na forma como operam. As pessoas também, na forma como trabalham. Mas nem em todos os momentos as empresas e pessoas podem ser completamente ágeis. Existem normas, regulamentos, procedimentos, leis nacionais e internacionais a cumprir e auditar. Ser uma empresa reconhecida como tendo uma responsabilidade social ativa é o melhor paradoxo - é um processo lento, burocrático e não alinhado com os objetivos que pretende atingir (e em muitas situações é um processo falso). Mas para tudo são necessárias decisões e ações. **Vamos juntar a capacidade reflexiva e analítica**

**de uns com a vontade de fazer e o entusiasmo dos outros.**

### POTENCIAR “KNOWMADS”

Um futuro possível: como será trabalhar numa organização onde as pessoas são incentivadas a realizar funções diferentes ao longo do ano? Onde têm a possibilidade de percorrer, pesquisar, procurar e colaborar de forma aberta com outras pessoas, áreas de negócios e culturas? Que participam em equipas colaborativas e multidisciplinares e com multipersonalidades? Se isto for feito de forma correta, é um win-win para todos. Claro que requer um compromisso entre o líder e o profissional, entre a Pessoa e a Organização. **Nem todos os que vagueiam estão perdidos e nesse sentido os profissionais a quem seja permitido percorrer esta linha irão estar expostos a tanta coisa boa dentro e fora da sua indústria de referência que o resultado possível é apenas um – inovação contínua!** Também promove a materialização de algo que é necessário manter em todas as idades – adaptação, entusiasmo pela mudança e cabeça fresca.

### CRIAR FEEDBACK EMOCIONAL MENSURÁVEL (ATRÁVÉS DE ATOS E RELAÇÕES E NÃO NÚMEROS)

Todos nós precisamos de feedback. A geração mais nova sente uma grande necessidade de receber informação, partilhas e opiniões por parte de outros. Não no sentido do elogio, mas no sentido de rece-

berem o input. Esta é uma ótima oportunidade para as organizações aprenderem a dar, receber e utilizar o feedback para poderem iterar (reajustar) e melhorar. Isto permite de forma automática que a empresa tenha uma dinâmica de melhoria constante. **As pessoas querem ser valorizadas, mais do que elogiadas e principalmente avaliadas.** E valorizadas significa saberem quando estão no caminho certo, o que podem fazer de melhor e que existe uma estrutura por detrás para as potenciar.

Por último – dar feedback permite que as pessoas compreendam como alinhar a sua contribuição na organização com as suas competências, atitudes e emoções.

**ACEITAR O MEDO DE FALHAR**

Os GenY têm medo de falhar. Não porque são Y, mas sim porque são humanos. Mas têm mesmo muito medo de falhar. Por detrás do ar confiante, decidido e quiça arrogante, os GenY necessitam de sentir uma

As pessoas querem ser valorizadas, mais do que elogiadas e principalmente avaliadas

base de apoio, tendo em conta que o seus genes de propósito e afirmação não estão devidamente suportados pela experiência e pela estrutura e perceção da necessidade do “hard work”. **Por isso eles esperam que as suas organizações lhes proporcionem um ambiente onde eles possam colocar questões, que interpretem o erro como um fator de aprendizagem, ao mesmo tempo que tomam riscos de forma informada.** Muitas empresas promovem o paradigma da iniciativa e do risco calcu-

lado, mas na realidade “castigam” quem erra de forma honesta e não reconhecem o sucesso e os resultados.

A ambição, o ter consciência que tudo é possível e a vontade de mudar o mundo pode de facto mover montanhas e transformar os negócios, tecnologia e mercados. Mas para se atingir esse sucesso é também necessária a capacidade de foco, de aceitar e aprender com os erros e ser resiliente e recarregar baterias de esperança, para que em novas oportunidades as coisas corram melhor!

**A beleza e riqueza da colaboração entre as gerações mais jovens e mais experientes é que se consegue combinar propósito, a vontade de através do trabalho criar algo melhor, com experiência, reflexão, estrutura e definição de ações.** Força e energia com sabedoria e foco – é uma maneira infalível de assegurar o futuro da nossa sociedade e das gerações futuras, através das melhores Pessoas e Organizações.

VidaEconómica

**EMPREGO Bom e Já!**  
Guia Prático

por apenas  
**€11.90**

**O trabalho existe e há empresas a contratar.**  
Saiba como conquistar essas vagas!

Prefácio de **Julio Magalhães**

Autor: Ricardo Peixe    Págs.: 232