

FATOS & DADOS: RAZÕES PARA ACREDITAR NO BRASIL

RI

RELAÇÕES COM INVESTIDORES

www.revistaRI.com.br

CRIAÇÃO DE VALOR

MARFRIG

COMPRA **BRF**:
ISSO CRIA VALOR?

por OSCAR MALVESSI

n°252

JUN/JUL 2021



EM PAUTA

RECUPERAÇÃO JUDICIAL COMO SOBREVIVER À UTI FINANCEIRA?

De eventos inesperados à má gestão, são inúmeros os fatores que levam empresas a enfrentar um processo de **Recuperação Judicial**, como uma saída para negociar suas dívidas e evitar a falência.

por ANA BORGES e KATE MONTEIRO

Zeitgeist é um termo criado por filósofos alemães no final do século 18 que pode ser traduzido de forma não totalmente precisa como espírito da época ou espírito do tempo. Segundo a escola filosófica alemã, algumas forças, nem sempre percebidas, moldam a cultura de uma dada época histórica

por **JURANDIR SELL MACEDO**

Obviamente quando uma cultura se altera, nem todos os indivíduos se transformam assim como nem todas as mudanças têm a mesma força, pois as sociedades são diversas. O que o *zeitgeist* sugere é que a média do comportamento muda. Alguns comportamentos, desejos e valores se alteram frente a mudanças históricas. Algumas coisas outrora valorizadas deixam de sê-lo, e outras passam a ser admiradas e cultuadas.

Gertrude Stein, romancista americana nascida em 1874 que se radicou em Paris, usou o termo Geração Perdida (*Lost Generation*) para se referir a seus contemporâneos. Posteriormente a ideia de uma geração sem rumo foi popularizada por Ernest Hemingway em seu livro “O Sol também se levanta”. Trata-se da história de um grupo que incluía o próprio autor e Gertrude Stein como representantes da geração que vagava por Paris sem transformar nada, mas cheia de ambição.

Com essa ideia surgiu o conceito de agrupar indivíduos que nascem em determinadas épocas como gerações. Originado de um conceito filosófico que buscava preponderantemente entender as mudanças nas artes e na filosofia, o *zeitgeist* passou a ser incorporado pelos homens de negócio como forma de entender as tendências contemporâneas para se conectar com consumidores e até com eleitores.

Obviamente os amigos de Gertrude Stein e Hemingway não representavam a média dos habitantes do mundo no início do século 20, mesmo assim, as gerações passaram a ser designadas por nomes, na tentativa de agrupar os indivíduos que nascem em determinada época, como listado a seguir:

Geração Perdida: designa o grupo que nasceu entre 1883 e 1900. É caracterizado por indivíduos que foram profundamente influenciados pela Primeira Guerra Mundial e pela gripe Espanhola.

Geração Grandiosa: é o conjunto dos indivíduos nascidos no início do século 20 até os nascidos em 1925. Foram fortemente influenciados pela grande depressão de 1929.

Geração Silenciosa: são os nascidos entre 1925 e o fim da Segunda Guerra Mundial. Foi uma geração que enfrentou os tempos difíceis da grande depressão e da guerra. Foi notadamente uma geração que teve menos filhos que as anteriores.

Baby Boomers: são aqueles que nasceram após o final da Segunda Guerra até 1964. Como o conflito acabou, uma injeção de otimismo tomou conta do mundo, e o número de filhos cresceu enormemente – daí o nome “explosão de bebês”.

Geração X: são aqueles que nasceram entre 1965 e 1980 e já cresceram sob a influência da televisão. Também se caracteriza por ser a primeira geração que cresceu majoritariamente com as mães trabalhando fora de casa, por isso algumas pessoas chamam de geração dona da chave, pois foi a primeira em que os jovens tinham a chave da casa.

Geração Y: também chamada de geração do milênio ou geração internet ou simplesmente Millennials. São os indivíduos que nasceram entre 1980 e 1996, já tendo contato com computadores e com a internet. É uma geração menos interessada no casamento e com forte tendência a ter menos filhos.

EDUCAÇÃO FINANCEIRA

Geração Z: os *Zoomers* são os nascidos após a segunda metade da década de 1990 até o ano de 2010. Neste momento, são esses jovens que estudam nas universidades e estão entrando nas empresas. São pessoas que já nasceram em um mundo totalmente imerso na internet e nas redes sociais, por isso são chamados de nativos digitais.

Meu pai era um Silent, minha mãe e eu somos Boomers, minha esposa é da geração X, e meus filhos são Millennials. Quando eu comecei a dar aulas na década de 1980, alguns dos meus alunos eram da “raspa de taxi” dos Boomers, mas a maioria era da geração X. Já próximo do final do século passado, comecei a receber estudantes da geração Y, entre eles meus dois filhos, que foram meus alunos.

Agora minhas salas estão lotadas de jovens da geração Z, e o desafio de adaptação tem sido brutal. É evidente que tentar incluir todas as pessoas de uma dada época em único conjunto é uma tarefa inglória, pois cada jovem é único. Então, ao falarmos de geração devemos entender que não estamos falando de indivíduos, mas de macrocaracterísticas que podem ser observadas em parte significativa das pessoas unidas pela contemporaneidade.

Eu vejo a geração Z como a mais heterogênea que conheci. Uma minoria é extremamente focada. A pergunta que move essa pequena parcela é “como faço para ter sucesso?”. São jovens com uma imensa capacidade de aprender e trabalhar que utilizam todo o potencial da internet e das redes sociais para avançar até o objetivo que definem como sucesso, que costuma ser dinheiro, muito dinheiro. Seu ideal é abrir uma startup, trabalhar muito e vender a empresa para depois aproveitar a vida.

Querem ter muitas experiências desde que elas não interfiram em nada no seu caminho. Por esse motivo, namoro, casamento e filhos estão muito distantes em seu radar, em geral, projetado para depois dos 35 ou 40 anos.

De outro lado, a maioria dos jovens da geração Z é de rebeldes sem causa. Pessoas inseguras que buscam aprovação instantânea como foram acostumadas em suas redes sociais. São jovens que não suportam ser contrariados, que desprezam a hierarquia tradicional. Seu campo de visão é o das redes, e autoridade é ter muitos seguidores. Se julgam superiores e detentores de uma pureza absoluta.

Também se consideram donos da verdade e querem ser livres para ser eles mesmos, só que não sabem quem são ou o que querem ser. Aparentemente se julgam os melhores,

porém seu mundo virtual lhes mostra a todo momento que não são eles os melhores, pois a internet é cheia de pessoas irreais, de mimetistas do sucesso, da beleza e da bondade.

Eu poderia escrever um livro sobre as características dessa geração, porém o ator e humorista Rafael Portugal já fez melhor e resumiu tudo no episódio “Barbies” do canal Porta dos Fundos. Em uma reunião para definir brinquedos para a nova geração, o personagem de Portugal apresenta um cubo mágico cujos lados são todos da mesma cor. Diante da surpresa de seu chefe, ele explica mais ou menos assim: “esse é o cubo mágico para todo mundo jogar, ninguém sai perdendo, é para esta geração de vencedores em que ninguém se sente um idiota, todo mundo joga e está sempre feliz, sempre jogando, sempre animado, sempre ganhando”.

Os *Zoomers* já estão entrando no mercado de trabalho. Os obstinados querem ter suas próprias empresas, e o ambiente das startups é extremamente receptivo para eles. E quem serão os contratados pelas empresas já estabelecidas? Os rebeldes das causas difusas, que podem até não saber o que querem, mas sabem que têm um enorme poder em suas mãos: as redes sociais – das quais são exímios operadores e não hesitam em disparar contra qualquer um que os contrarie.

Nós, professores, estamos enfrentando a nova geração que muito em breve estará dentro das empresas. É evidente que quanto mais velhos ficamos, mais dificuldades temos em nos adaptar, então, talvez minhas percepções sejam apenas de um Boomer ultrapassado, que precisaria de um pouco mais de distanciamento histórico para compreender o zeitgeist dos jovens nativos digitais.

Os *Zoomers* estão aí. Eles construirão o mundo do futuro, e eu espero que seja melhor do que o mundo que os recebeu. Eu, como professor, estou buscando com todas as minhas forças me reinventar, mais uma vez. **RI**



JURANDIR SELL MACEDO

é doutor em Finanças Comportamentais, com pós-doutorado em Psicologia Cognitiva pela Université Libre de Bruxelles (ULB) e professor de Finanças Pessoais da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).
jurandir@edufinanceira.org.br