

2 Revisão de Literatura

O presente capítulo tem por objetivos levantar a produção nacional e internacional em relação ao estudo de gerações, bem como fazer um levantamento de estudos sobre individualismo.

No que diz respeito a gerações, foi abordada, em primeiro lugar, a questão dos coortes. Foi explorada sua teoria, enfatizado o papel da memória coletiva e, por fim, trabalhos que relacionam coortes e marketing.

Em seguida, levantaram-se algumas abordagens acerca de estudos geracionais e, além da teoria de coortes, explorou-se a abordagem de Strauss e Howe (As Quatro Reviravoltas) e as de alguns outros autores, como Twenge.

Uma vez analisadas as abordagens, o foco parte para as características apontadas por diferentes estudos para as gerações norte-americanas, com maior detalhamento daquela que corresponde à geração de interesse dessa tese. Alguns estudos internacionais sobre perfis de gerações também foram mencionados.

A questão das gerações é finalizada com os trabalhos conduzidos no Brasil a respeito desse tema.

A última parte da Revisão de Literatura faz um apanhado de estudos sobre individualismo e suas principais características em termos de dimensão social.

2.1. Teoria de coortes

A idade exerce função crucial no comportamento e no consumo, já que indivíduos de idades semelhantes tendem a ter comportamentos semelhantes,

em função do seu desenvolvimento biológico, psicológico e social. Muitas estratégias de *marketing* têm por base a análise do consumo por faixa etária e a distribuição/extrapolação da população por idade. Vários produtos são direcionados para o mercado jovem ou, mais recentemente, para o crescente mercado da terceira idade.

No entanto, essa premissa ignora outro processo que influencia o comportamento de diferentes idades em um determinado momento – a sucessão de coortes. O termo coorte, originalmente, data da época do Império Romano e denota grupos de soldados, ou legiões, que eram definidos em função de suas idades. Um coorte pode ser definido como indivíduos agregados (de acordo com alguma definição de população) que experimentaram o mesmo evento dentro do mesmo intervalo de tempo (RYDER, 1965). As constantes mudanças às quais a sociedade está exposta fazem com que cada coorte experimente uma série de eventos históricos e ambientes únicos. Portanto, deve-se esperar que coortes sucessivos diferenciem-se por ter sido cada um socializado e envelhecido em sociedades diferentes, experimentando eventos únicos.

Coortes geracionais são um conceito único e normalmente associado ao conceito de memória coletiva. É importante distinguir entre o conceito de coorte classificado como gerações históricas e o conceito popular de gerações, que diz respeito a pessoas que têm aproximadamente a mesma idade (Rogler, 2002). Gerações históricas são formadas por cataclismos históricos, profundas restaurações religiosas, convulsões econômicas e outras mudanças repentinas que acontecem em determinados períodos históricos. Ao lado das gerações históricas, reside o conceito de memórias coletivas.

As memórias coletivas adicionam um grau de complexidade ao conceito de gerações como grupo bem definido. Memórias coletivas adquirem um significado geracional, principalmente porque características em comum traduzem-se em valores que são fixados na mente de cada indivíduo. À medida que esses valores permanecem de forma intensa na memória de cada indivíduo pelo resto de sua vida, eles passam a determinar a existência de um período na vida de cada um em que as preferências se desenvolvem. De acordo com a teoria de coortes, esse período encontra-se entre o fim da adolescência e o início da fase adulta, quando as experiências compartilhadas levam à fixação dos valores para os membros do coorte (Meredith, Schewe e Karlovich, 2002).

Uma crise econômica de grandes repercussões, como foi a Depressão em 1929, constitui um momento histórico e recebe o título de momento definidor de um novo coorte quando abre as portas para uma nova transformação geracional. Assim, momentos definidores germinam coortes, sendo que cada coorte perdura até o aparecimento de um novo momento definidor. Por sua vez, os momentos definidores carregam em si uma coleção de características em virtude de sua natureza e localização histórica. Um novo momento definidor traz uma nova coleção que discrepa da anterior, produzindo, por consequência, um coorte moldado em uma composição própria, tal como um caráter que o identifica entre os demais (RYDER, 1965).

Segundo Benazzi e Motta (2001), o comportamento está baseado nos valores de cada indivíduo que, por sua vez, têm ligações com as experiências de vida de cada um, bem como seu passado. A passagem por eventos importantes em uma mesma fase de vida molda os comportamentos que serão adotados no futuro.

O Gráfico 1 representa os processos de envelhecimento e sucessão de coortes, relacionando idade, coortes e diferenças entre faixas etárias. Nesse modelo, as colunas horizontais representam o processo de envelhecimento dos coortes. Por exemplo, a coluna inferior, correspondente ao coorte 1, é composta de pessoas nascidas em cerca de 1940, que permaneceram jovens até meados de 1960 e atingiram a terceira idade em 1990. Cada coluna está dividida, horizontalmente, entre essas três fases de vida.

Na dimensão vertical, está o efeito período. Eventos que ocorrem pontualmente têm influência em todos os três coortes, cada um em uma fase de vida diferente. Portanto, a linha que exemplifica esse fenômeno no gráfico situa-se em meados dos anos 2000 e atinge o coorte 1 já na terceira idade, o coorte 2 na vida adulta, o coorte 3 no final da juventude e o coorte 4 na infância.

Por fim, cada uma das colunas representa um coorte diferente, ou seja, pessoas que nasceram em momentos parecidos, dividem os mesmos eventos em fases de vida semelhantes e envelhecem também em períodos simultâneos:

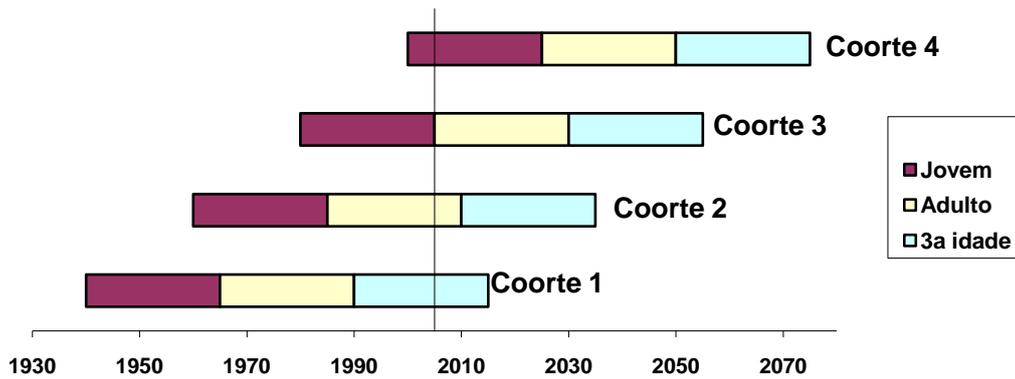


Gráfico 1: Processos de envelhecimento e sucessão de coortes
Adaptado de Rentz (1980)

Pessoas que pertencem ao mesmo coorte tendem a ser semelhantes em alguns aspectos e a sofrer mudanças parecidas ao longo da vida, por estarem expostas aos mesmos eventos históricos e condições ambientais, da mesma forma que pessoas de coortes distintos tendem a ser diferentes, por estarem expostas a eventos e condições de vida diferentes.

Outra diferença a que coortes estão expostos é o tamanho inicial e a composição de cada um. Há coortes, por exemplo, com maior quantidade de indivíduos e que, provavelmente, crescerão em famílias mais numerosas, freqüentarão escolas mais populosas e enfrentarão maior competição no mercado de trabalho. Esses fatores influenciarão sua vida como um todo, diferenciando seu comportamento do de coortes menos numerosos.

Para que se possa analisar o efeito do envelhecimento na população em um determinado momento, deve-se observar o corte transversal do Gráfico 1, feito como exemplo em 2005. Jovens, adultos e pessoas na terceira idade apresentarão diferenças importantes de comportamento que poderão influenciar estratégias de mercado nesse momento, bem como políticas públicas e a própria estrutura da sociedade. É nisso que se baseia a “interpretação por envelhecimento”, que toma por premissa que diferenças entre faixas etárias são em função, basicamente, do processo natural de envelhecimento do indivíduo.

De fato, conseqüências do envelhecimento podem ser, por exemplo, diminuição da visão e da audição. Motta e Schewe (2008) apontam que consumidores de mais idade tendem a ser mais cautelosos e inseguros em suas decisões de maneira geral e, mais especificamente, em relação ao consumo.

Outro aspecto a ser considerado é a questão da conjuntura econômica e social em vigor naquele instante específico (BENAZZI E MOTTA, 2001). Trata-se, segundo Ryder (1965) das transformações sociais a que o indivíduo está exposto naquele momento específico, influenciando seu comportamento. São, por exemplo, guerras, modismos, crenças, catástrofes naturais, recessões econômicas ou mesmo inovações tecnológicas. São também conhecidos como efeito período.

A explicação alternativa é a “interpretação por coortes”, que pressupõe que jovens, adultos e pessoas na terceira idade podem ter comportamentos diferentes entre si por terem experimentado eventos históricos diferentes ao longo de suas vidas. Na verdade, de acordo com a abordagem de coortes, a idade, o período e o coorte são três fatores que interagem para dar origem às características específicas daquele grupo de pessoas.

Segundo Meredith e Schewe (2002), o conceito de coorte como utilizado hoje foi mencionado pela primeira vez pelo sociólogo alemão Karl Mannheim, quando, em 1928, pretendia entender e explicar atitudes políticas e comportamentos da juventude alemã após a Primeira Guerra. Mannheim levanta que a definição da atitude do indivíduo acontece entre 17 e 25 anos. Segundo ele, para que haja sucessão de coortes, é necessário que ocorra algum evento histórico ou político – em momentos de estabilidade social, não haverá formação de coortes.

Portanto, alguns fatores são necessários para que se forme um coorte. Apenas a exposição a um acontecimento não é suficiente. A presença de fortes emoções positivas durante um período em particular pode favorecer o registro desse acontecimento e, conseqüentemente, aumentar o efeito da exposição (HOLBROOK E SCHINDLER, 1994).

Benazzi e Motta (2001) reforçam que as emoções compartilhadas por um grupo de indivíduos entre os 17 e 25 anos deixam marcas definitivas que serão levadas e compartilhadas por essas pessoas durante toda a vida. São um elo comum através do qual esse grupo verá o mundo e o distinguirá de todos os outros, mais velhos ou mais novos. Fala-se, portanto, fundamentalmente de valores, percepções e comportamentos específicos de um grupo de pessoas em função de experiências compartilhadas vividas na pós adolescência e começo da vida adulta.

De maneira geral, um efeito período gera um efeito coorte. Isto significa que a conjuntura social e econômica e a moda, por exemplo, vigentes em um determinado momento terão influência durante toda a vida sobre aquele grupo de pessoas que está experimentando o começo de sua vida adulta nesse instante. Já para os grupos de faixa etária e fase de vida diferentes, esses aspectos terão influência apenas pontual, não sendo carregados para momentos futuros.

2.2.O papel da memória coletiva

Rogler (2002) aponta a diferença entre o conceito de coortes, que ele chama de gerações históricas, e a referência popular à geração, significando classificação de pessoas que têm aproximadamente a mesma idade e têm características a elas atribuídas que são consideradas prevaletentes em seu tempo. Ele descreve três proposições necessárias para o surgimento de uma geração histórica, são elas:

- Gerações históricas começam com eventos históricos cataclísmicos, períodos de revitalização religiosa tumultuada ou mudanças seculares abruptas;
- As influências originadas desses eventos afetam profundamente as instituições sociais, como a família, e desorganizam a vida do jovem, impedindo que ele se mova suavemente da família de orientação para a família de procriação.
- Reações aos eventos históricos podem variar conforme a localização do jovem na estrutura social, mas se consolidam em orientações estáveis quando as influências institucionais e os emblemas culturais são direcionados à experiência do jovem com o evento.

A permanência dessas orientações define uma geração histórica. Rogler (2002) afirma que a simplificação de tratamento das gerações históricas pelo simples agrupamento de pessoas por ano de nascimento fomenta controvérsias, já que nem todas as pessoas são parte de gerações históricas.

Hoje em dia, um evento pode mais facilmente vir a ter uma dimensão global, em função da evolução nas formas de comunicação. Mesmo assim, não se pode assumir que ele se traduzirá da mesma forma para cada nação ou

região, inclusive dentro do território brasileiro, um país continental, que apresenta diferenças regionais marcantes.

Uma idéia central desta teoria são eventos críticos denominados de 'momentos sociais'. Tais eventos imprimem marcas nas gerações e cada um deles é associado a diferentes significados pelas várias gerações que os experimentam. Assim, a história produziria as gerações, mas ao mesmo tempo as gerações produziram a história.

Mannheim (1952) distingue dois tipos de memórias: a adquirida pessoalmente e a apropriada. Há grande diferença entre memórias adquiridas pelo próprio indivíduo ao longo do seu processo de desenvolvimento pessoal e aquelas obtidas de outras pessoas. O conhecimento ganho em situações reais tem maior poder de fixação.

Nessa mesma linha, Schuman e Rodgers (2004) argumentam que a educação é a principal fonte de conhecimentos acerca de eventos para aqueles que eram muito jovens ou sequer tinham nascido quando eles ocorreram. Os autores citam pessoas de 18 anos que, por causa da educação, "lembram-se" da Segunda Guerra como um evento importante. Outra questão levantada pelos autores é que, quando o indivíduo acompanha o evento, normalmente pela mídia, ele participa da sucessão de acontecimentos, o que torna essas memórias autobiográficas, fornecendo-lhes maior impacto do que memórias "aprendidas". Além disso, durante o acontecimento, seu desfecho ainda é desconhecido, o que atribui ao evento certa dose de ansiedade.

Quanto a eventos ocorridos depois do começo da vida adulta, estes dificilmente terão a mesma impressão de exclusividade e ineditismo que eventos que ocorrem perto dos 18 anos. Esse conhecimento pode ser incorporado como um modelo reconhecido conscientemente ou como um padrão meramente implícito ou condensado inconscientemente. A seleção consciente e reflexiva seria necessária somente quando a mentalidade tradicional não fosse suficiente para lidar com o problema devido às mudanças na situação histórica e social.

Schuman e Scott (1989) verificaram que alguns eventos sociais fazem parte das memórias de pessoas pertencentes a vários grupos de idade. Indivíduos, porém, que os experimentaram durante o final da adolescência e início da fase adulta citam-nos mais freqüentemente e tendem a apresentar razões pessoais para fazê-lo. Esses autores demonstraram que indivíduos de idade similar têm memórias similares. Também observaram que 20% das

peessoas por eles analisadas que nasceram após o término da Segunda Guerra Mundial citaram esse evento. Os mais jovens obtiveram seu conhecimento acerca dessa guerra a partir de relatos de outras pessoas, enquanto os mais velhos, por meio da experiência direta e concreta com os eventos, desenvolveram ‘memórias autobiográficas’. Já em relação a eventos políticos recentes, os mais jovens apresentam frescor no exame do fenômeno, enquanto os mais velhos procuram trazer estes eventos para o contexto de sua juventude, tendendo a assimilar ou contrastar (teoria da assimilação-contraste) os eventos com as experiências pessoais de seus anos formativos.

Esse estudo também mostrou que os indivíduos mais jovens, pertencentes ao coorte da guerra do Vietnã, apresentam tendência a considerar a Segunda Guerra Mundial como a ‘guerra boa’, na qual os norte-americanos lutaram e derrotaram o ‘mal’. Nesse caso, essas pessoas vêem um evento anterior, a Segunda Guerra Mundial, em termos de sua experiência pessoal com um evento ocorrido posteriormente, durante seu período formativo. Essa visão é uma ‘representação coletiva’ da Segunda Guerra Mundial que se distingue da ‘memória coletiva’, nem tanto pelo conteúdo memorizado, mas em função do grau de sentimentos pessoais que acompanham os eventos vividos pelos indivíduos. Desse modo, gerações variadas têm perspectivas diferentes de um dado evento.

Em outro estudo, Schuman e Corning (2006) comparam a guerra do Iraque à guerra do Vietnã e à Segunda Guerra Mundial. Os entrevistados que viveram a guerra do Vietnã tendem a escolher mais frequentemente essa guerra que a Segunda Guerra Mundial. Além da variável coorte, nesse caso definida como “coorte estendido¹¹”, foram analisadas também variáveis como preferência político-partidária, estado de residência, raça, sexo e nível de educação.

Portanto, um aspecto essencial da idéia de coortes é o envolvimento dos membros do coorte com os eventos, isto é, a “experiência” vivida. A Segunda Guerra Mundial é um evento que define um coorte tanto para os americanos como para os ingleses, porém há diferentes significados (valores subjacentes) associados com esse evento para cada um dos dois países. Da mesma forma, é natural supor que também surjam diferenças entre os valores daqueles

¹¹ Coorte estendido, em detrimento de “anos críticos” engloba não só as pessoas que estavam no final da adolescência e início da fase adulta durante o evento, mas toda a população que estava viva na época.

americanos que foram lutar no campo de batalha e daqueles que permaneceram nos Estados Unidos (Rogler, 2002; Schuman & Scott, 1989).

Outra diferença encontrada foi quando, ao examinar as mudanças sociais relacionadas à luta pelos direitos civis e pelos direitos das mulheres, Schuman e Scott (1989) observaram que apenas os grupos mais diretamente envolvidos com essas mudanças – negros e mulheres respectivamente – apresentaram formação de memória coletiva; isto é, somente esses grupos demonstram associação entre a proporção de citação da mudança social e a idade do indivíduo.

Ester, Vinken & Diepstraten (2000) constataram que indivíduos de três coortes holandeses (nascidos antes de 1945, nascidos entre 1945 e 1964 e nascidos pós 1964) apontaram praticamente os mesmos eventos como os mais marcantes dos pontos de vista social e pessoal no século XX. A interpretação e a atribuição de significados desses eventos, porém, foram marcadamente diferentes com base nas experiências desses indivíduos durante seus anos impressionáveis.

Esse tipo de discrepância levou Motley, Henderson e Baker (2003) a fazer uma distinção entre memória histórica, memória autobiográfica e memória coletiva: a primeira representa o passado guardado e interpretado pelas instituições sociais; a segunda, a memória de eventos que as pessoas experimentaram pessoalmente; e a terceira, a lembrança de um passado informado pelas experiências compartilhadas e as narrativas públicas.

2.3.Coortes e *marketing*

Formas de segmentação de mercado já vêm sendo adotadas regularmente na área de *Marketing*, seja segmentação por classe social, por faixa etária ou local de residência. Isso porque a competitividade crescente nos mercados vem aumentando a necessidade de um tratamento cada vez mais individualizado do consumidor, aumentando o entendimento das preferências de consumo.

O estudo de coortes vem ao encontro dessa necessidade. Ao analisar o consumidor não só em função da sua idade, mas também em função de sua fase de vida e seus valores, o estudo de coortes traz uma ótica diferente sobre o comportamento do consumidor. Em *Marketing*, a análise de coortes já foi

utilizada para avaliar preferência por atores e atrizes (HOLBROOK E SCHINDLER, 1994; RUBENS E MOTTA, 2005), por música (HOLBROOK E SCHINDLER, 1989; RUBENS E MOTTA, 2005) e por turismo (PENNINGTON-GRAY, FRIDGEN E STYNES, 2001), dentre outros.

Meredith e Schewe (1994) definiram seis coortes para o público americano. Motta, Rossi e Schewe (2002) fizeram o mesmo para a população brasileira e encontraram outros seis coortes. Em 2002, em seu “Defining Moments”, Meredith, Schewe e Karlovich (2002) estenderam seu trabalho investigando um sétimo coorte, ainda em formação. O presente trabalho pretende investigar, para o Brasil, o surgimento desse novo coorte, hoje entre 15 e 22 anos, e suas semelhanças e diferenças em relação ao coorte americano.

Estudos desenvolvidos acerca de preferências culturais vêm mostrando que há um período na vida das pessoas em que essas preferências se mostram mais marcantes. Uma vez introjetadas, essas preferências permanecem com o indivíduo pelo resto de sua vida. Esse período tende a se situar entre os 17 e os 25 anos, ou seja, a pós-adolescência e o começo da fase adulta.

Assim como Holbrook e Schindler (1994) estudaram as preferências do público americano por atores e atrizes de cinema, Rubens e Motta (2005) avaliaram as preferências por atores e atrizes de novelas. Ambos encontraram evidências, principalmente no que diz respeito à preferência por atores, de uma fase da vida em que essas preferências se formam. Estudo semelhante também foi conduzido por Holbrook e Schindler (1989) e, posteriormente, por Kitajima e Motta (2005) acerca de preferências musicais. Nesse caso, o pico de preferência, como é chamada a faixa etária em que a preferência se define, é ainda mais nítido, ficando próximo dos 18 anos no caso brasileiro e dos 24 no caso americano.

Holbrook e Schindler (1989) exploraram o efeito coorte no desenvolvimento de preferências musicais. Foram selecionadas 28 músicas consideradas *top hits* entre 1932 e 1986 e avaliado seu desempenho em um grupo de 108 respondentes com idades entre 16 e 86 anos, com média de 54,3 anos. Sua conclusão foi que as preferências musicais se formam no período que chamaram de pico de preferência, que se dá ao final da adolescência ou no começo da vida adulta, por volta dos 23,5 anos. Isso significa que as músicas ouvidas por um grupo de pessoas, nesse caso um coorte, durante essa fase de vida marcarão a preferência musical do indivíduo ao longo de sua existência.

No Brasil, Kitajima e Motta (2005) replicaram o estudo de Holbrook e Schindler (1989) e avaliaram o efeito coorte na preferência musical dentro do contexto brasileiro, aplicado a músicas nacionais. Foram entrevistadas 101 mulheres e 84 homens entre 23 e 60 anos. Foram encontrados resultados semelhantes, com o “pico de preferência” ligeiramente inferior ao americano, em 18,6 anos. Isso leva a crer que esse possa não ser um fenômeno local.

Outro estudo citado, conduzido por Holbrook e Schindler (1994) e, posteriormente, replicado no Brasil por Rubens e Motta (2005) trata de preferências por produtos culturais, mais especificamente atores e atrizes - de cinema nos Estados Unidos e de telenovela no Brasil. Em ambos foram incluídas, para efeito de análise, outras variáveis, como sexo do respondente. No estudo americano, ainda consta atitude em relação ao passado: a nostalgia. O conceito de nostalgia foi desenvolvido por Holbrook (1994), através de um “Índice de Nostalgia”. Esse índice corresponde a uma medição com base em 20 questões que determinam se o indivíduo tem um tipo de atitude que poderia ser definido como “as coisas costumavam ser melhores antes do que são hoje”. A introdução dessa variável visa averiguar se o pico de preferência por produtos culturais – cinema - pode ser influenciado pela dose de nostalgia apresentada pelo respondente.

Outro exemplo de condução de estudo de coorte é a aplicação a turismo de Pennington-Gray, Fridgen e Stynes (2001). São questionadas as preferências de turismo canadenses relacionadas à idade, coorte e período e se existem padrões que possam explicar as mudanças nas preferências. Concluiu-se que determinadas preferências, como parques temáticos, acomodações de primeira classe, praias e vida noturna são fortemente relacionados à permanência do indivíduo em determinado coorte.

Schuman e Rodgers (2004) investigam a influência de um evento recente, ou seja, do efeito período, na memória coletiva. O evento recente considerado é o atentado de 11 de Setembro, ocorrido apenas três anos antes. São avaliadas não só a lembrança do evento em si como a avaliação da relevância desse evento em comparação a eventos anteriores. Foram utilizados dados levantados numa pesquisa conduzida por Schuman e Scott (1989) a partir de 1985. Esses dados foram comparados às pesquisas realizadas em 2000/01 e em final de 2001, após o atentado de 11 de Setembro. Apesar de o evento em questão ter acontecido em um curto espaço de tempo anterior, menções como a Segunda Guerra aumentaram na última pesquisa. Os autores sugerem que o

atentado de 11 de Setembro, ao invés de sobrepujar as lembranças da Segunda Guerra, reforçou-as na memória daqueles que viveram o evento em seu período de pós adolescência e no começo da fase adulta.

Ainda no campo da memória coletiva, a abordagem de Scott e Zac (1993) compara memórias no Reino Unido e nos Estados Unidos. Entrevistando indivíduos de 16 anos ou mais, investigam que eventos e mudanças nacionais e mundiais se mostraram mais importantes para cada grupo nos últimos 60 anos e o porquê da escolha de cada evento, numa abordagem mais qualitativa.

Algumas semelhanças entre os resultados das pesquisas americana e britânica são observadas, como a citação da Segunda Guerra Mundial representando o evento mais importante no período. Outra semelhança nos dados coletados é a terceira posição para a corrida espacial em ambas as localidades.

Podem também ser apontadas, em ambas as pesquisas, diferenças nas memórias de um coorte para outro. Coortes mais jovens, nos dois grupos, tendem a enfatizar acontecimentos mais recentes, enquanto coortes mais antigas, mesmo tendo vivido eventos mais recentes, tendem a se ater mais fortemente a acontecimentos anteriores, ocorridos quando os indivíduos estavam entre cerca de 8 e 20 anos.

No entanto, diferenças locais também existem. Nos Estados Unidos, eventos como a Guerra do Vietnã apresentam grande número de citações (22%), correspondendo à segunda posição, enquanto no Reino Unido correspondem a apenas 2% das citações. Já a queda do Muro de Berlim, 30% das citações britânicas e segunda citação mais freqüente, nem sequer é mencionada pelo público norte americano.

Outras diferenças locais podem ser enumeradas, como o assassinato de J. F. Kennedy, a luta pelos direitos civis, a ameaça de guerra nuclear, a crise do Golfo e a guerra de Falklands. Todos foram eventos que às vezes são citados por apenas uma das nacionalidades e que, quando citados por ambas, o são com intensidades significativamente diferentes.

Um outro aspecto é que alguns eventos, mesmo quando mencionados pelos dois diferentes públicos, o são, muitas vezes, por motivos diferentes. As mudanças nas configurações geográfica e política no mundo são citadas mais freqüentemente pelos britânicos do que pelos americanos, uma vez que os

primeiros, como parte da Europa, são mais influenciados por esses acontecimentos.

No que diz respeito à Segunda Guerra, os americanos vêem, como resultado, a prosperidade financeira, fator nem sequer citado no Reino Unido. No entanto, a visão da Segunda Guerra como “a guerra vencida para o bem” é comum aos dois povos como o maior motivo para ter sido o acontecimento mais importante do último quinquênio.

Há evidências de que, para a formação de memórias coletivas, existe um período semelhante em que os acontecimentos que são presenciados e compartilhados marcam fortemente a memória dos indivíduos. Eventos como a Segunda Guerra Mundial ou, no âmbito brasileiro, o *impeachment* do Presidente Collor, marcam de forma significativa todos aqueles que os viveram entre os 17 e os 25 anos.

Rogler (2002) faz uma análise detalhada da influência da Segunda Guerra e da Depressão no público americano. Valores como a confiança no governo, a predisposição a sacrifícios individuais que possam contribuir para o bem comum, a interdependência social e a valorização da família são aspectos importantes para o coorte que viveu essa época, em função de alguns acontecimentos, como as políticas do New Deal e o G.I. Bill of Rights implantadas pelo presidente Roosevelt. Ele destaca que a reafirmação contínua dessa identidade, seja por meio de paradas, cerimônias ou comemorações, exerce papel importante na permanência desses valores para o coorte influenciado por eles.

Um exemplo empírico sobre como as estratégias de *marketing* podem ser afetadas pela escolha correta do tipo de análise (coortes ou envelhecimento) é visto no caso de uma pesquisa realizada para o mercado de refrigerantes, com base em dados coletados nos Estados Unidos em 1950, 1960, 1969 e 1979, reproduzidos na Figura 2:

Idade	1950	1960	1969	1979	
8-19	52,9	62,6	73,2	81,0	
20-29	45,2	60,7	76,0	75,8	C8
30-39	33,9	46,6	67,7	71,4	C7
40-49	28,2	40,8	58,6	67,8	C6
50+	18,1	28,8	50,0	51,9	C5
		C1	C2	C3	C4

C1 – coorte nascido antes de 1900
 C2 – coorte nascido entre 1901 e 1910
 C3 – coorte nascido entre 1911 e 1920
 C4 – coorte nascido entre 1921 e 1930
 C5 – coorte nascido entre 1931 e 1940
 C6 – coorte nascido entre 1941 e 1950
 C7 – coorte nascido entre 1951 e 1960
 C8 – coorte nascido entre 1960 e 1969

Figura 2: Incidência do consumo de refrigerantes (percentual médio de consumo por dia)
Adaptado de Rentz, 1980

Em todas as medições, a faixa etária que mais consome refrigerantes é a mais baixa. Num primeiro momento, a indústria de refrigerantes atribuiu esse evento ao envelhecimento do indivíduo, supondo que o consumo diminui na proporção que o consumidor envelhece.

Como a população em geral vem envelhecendo ao longo dos últimos anos, com a proporção de jovens cada vez menor, a indústria de refrigerantes decidiu mudar seu *mix* de produtos para atender a faixa etária mais alta.

No entanto, após uma análise por coortes, observa-se que essa diferença não se dá por causa do envelhecimento, e sim por uma diferença de comportamento de um coorte para outro. Coortes mais novos consomem refrigerantes em maior quantidade por terem experimentado eventos diferentes de coortes anteriores – campanhas publicitárias, experiências com refrigerantes mais intensas e possíveis outros. Portanto, no futuro, quando estiverem em uma idade mais avançada, consumirão mais refrigerantes do que os coortes anteriores.

Uma aplicação mais recente é o trabalho de Motta e Schewe (2008) sobre a influência do coorte na análise das decisões gerenciais. Com base em entrevistas, os autores levantaram e testaram valores associados ao processo de decisão junto aos quatro coortes brasileiros mais recentes e concluíram que conflitos entre diferentes gerações de administradores podem ser oriundos de valores, de expectativas e de atitudes relacionadas ao coorte ao qual o indivíduo pertence.

Nesse mesmo estudo, foram também investigados valores associados ao mais novo coorte. Os autores apontaram como mais marcantes características como a cultura individualista, certa cordialidade em relação à concorrência (muitas vezes consideram o concorrente um possível futuro empregador) e

questionamento dos valores da empresa, que não é mais vista como incondicional definidora de regras e atitudes. Na verdade, esse coorte tende a se colocar contra discriminações e hierarquias com mais intensidade do que defende e do que se apega à empresa.

2.4. Algumas abordagens adotadas por estudos geracionais

Nesse tópico, faz-se um aprofundamento de algumas abordagens diferentes para o estudo de gerações: a de Meredith, Schewe e Karlovich (2002) e a de Howe e Strauss (1991, 1997 e 2000)

2.4.1. Meredith, Schewe e Karlovich – Momentos definidores

A abordagem dos autores tem como base a questão da memória coletiva adquirida em função de eventos definidores. Eles definem coortes geracionais como “pessoas com as quais nascemos, que viajam através de nossas vidas e experimentam eventos similares, especialmente aqueles dos anos críticos do final da adolescência e começo da vida adulta”.

Os autores baseiam sua análise em eventos definidores, que, por serem dramáticos e momentâneos, como guerras, assassinatos ou mudanças econômicas, são os que vão definir as atitudes e posturas dos indivíduos – especificamente aqueles que os vivenciam entre os 17 e 23 anos, ou seja, em seu período formativo – pelo resto de suas vidas.

Por exemplo: pessoas que passaram seu período formativo em momentos de crises financeiras, como a Crise de 1929, levarão para sempre uma postura conservadora com os gastos e estarão sempre preparados para enfrentar momentos difíceis e de maior privação – é o caso do Coorte de Depressão.

Pearl Harbor é identificado como o evento que marca o começo do coorte seguinte – O Coorte da Segunda Guerra; o assassinato do Presidente Kennedy marca o início do período dos *Baby Boomers* e assim por diante.

O questionamento que os autores se fazem é se a queda das Torres Gêmeas se caracteriza como um evento definidor. No momento, tudo que se pode fazer é especular em relação a isso, uma vez que os efeitos desses eventos só podem ser confirmados depois que o coorte amadurece – e seu

comportamento ao longo do tempo pode ser verificado. Além disso, o impacto completo causado pelos eventos definidores requer tempo para ser absorvido.

Os autores afirmam, no entanto, que alguns sinais de mudanças de valores entre os americanos já podem ser verificados desde o atentado de 11 de Setembro, tais como patriotismo, pertencimento à família e importância da segurança. Entrevistas conduzidas pelos autores apontam para uma perspectiva mais global percebida nas vidas do novo coorte e forte discordância em relação à resposta militar para os atentados. É possível que, em alguns anos, as mudanças causadas pelo atentado de 11 de Setembro definam um novo coorte geracional.

2.4.2. Strauss e Howe – As Quatro Reviravoltas

Em trabalho seminal publicado no ano de 1991, Strauss e Howe apresentam seu estudo a respeito de mais de 500 anos de história de Estados Unidos e Inglaterra. Suas observações apontam para um ciclo de gerações que vem se repetindo a, aproximadamente, cada século. Os autores conduzem sua investigação a meados do século XV para verificar a validade de seus argumentos. Eles afirmam que cada ciclo é composto por quatro fases distintas, chamadas por eles de “Reviravoltas”¹², e as comparam às quatro estações do ano. São elas:

- A Primeira Reviravolta, a que os autores dão o nome de *Ápice*. É uma época otimista, de fortalecimento das instituições e enfraquecimento do individualismo, quando uma nova ordem cívica é instituída e os antigos valores são substituídos. Na história recente americana, corresponde ao final da Segunda Guerra Mundial, quando a força das instituições é ampliada e a confiança no país era forte. Equivale à primavera.
- A Segunda Reviravolta, os autores chamam de *Despertar*. Trata-se de uma época passional, de elevação espiritual, quando a ordem cívica é criticada por um novo regime de valores. Aconteceu, pela última vez, entre meados dos anos 60 a meados dos anos 80, após o

¹² No original, os autores usam o nome *Four Turnings*, que são compostas pelas fases *High, Awakening, Unraveling e Crisis*, que foram traduzidas para *Ápice, Despertar, Desmascaramento e Crise*, respectivamente.

assassinato do Presidente Kennedy, quando o sentimento de liberação pessoal invadiu o país e estabeleceu um marco para os valores americanos. Corresponde ao verão.

- A Terceira Reviravolta é denominada Desmascaramento, uma era abatida, de reforço do individualismo e enfraquecimento das instituições. A antiga ordem cívica se arruína e um novo regime de valores é implantado. Seu último período se deu entre meados dos anos 80 e meados da década de 00. Teve início com a eleição do Presidente Reagan, época em que o país entrou em uma fase de deriva e decadência institucional. É associada ao outono.
- A última Reviravolta é a Crise, uma era decisiva de revolta secular, quando o regime de valores impulsiona a substituição da antiga ordem cívica por uma nova. Ainda em 1991, os autores defendiam a proximidade de um evento que desafiaria o sentimento de patriotismo, acompanhado de uma posterior crise que abalaria a estrutura social americana. Associa-se ao inverno.

Cada um desses ciclos, segundo Strauss e Howe, tem um estado de espírito próprio e sua chegada é sempre acompanhada de surpresa e perplexidade, embora os autores argumentem que sua seqüência é previsível. De acordo com suas conclusões, na verdade, cada grupo de novos jovens corrige os excessos dos pais e líderes de meia-idade e ocupa o vácuo deixado pela geração mais velha que parte.

Cada ciclo é composto por quatro grupos de pessoas distintos (quatro gerações, denominadas arquétipos). Cada uma dessas fases (Reviravoltas) corresponde a uma combinação específica desses arquétipos e cada século, ou seja, cada ciclo completo, compreende quatro combinações desses quatro arquétipos. Dessa forma, cada uma dessas fases contém os mesmos quatro grupos de pessoas que, ao envelhecer, entram em diferentes fases de vida. Para Strauss e Howe, o que dá seqüência ao processo dos ciclos é justamente essa combinação de grupos, que propicia cenários adequados para que cada uma das fases se instale.

Os quatro grupos de pessoas a que Strauss e Howe se referem como arquétipos e cujos perfis vêm se repetindo ao longo do milênio, são os seguintes:

- O primeiro arquétipo são os Profetas: correspondem a uma geração que nasce e cresce em uma fase de Ápice, cujas principais

características são o otimismo e a disciplina, o que, em geral, ocorre em um período de Pós Guerra. Quando crianças, são criados com indulgência. Durante seu período formativo, comportam-se como jovens idealistas e narcisos de um Despertar, momento em que as normas estão em processo de questionamento. Mais tarde, cultivam princípios como pessoas moralistas de meia idade e surgem como os sábios idosos conselheiros da nova Crise. No momento atual, são identificados com os *Baby Boomers* (nascidos entre 1943 e 1960)

- O segundo arquétipo são os Nômades: são pessoas que crescem como crianças desprotegidas durante um Despertar e vivem seu período formativo como jovens adultos alienados em um momento de Desmascaramento. Mais tarde, amadurecem como líderes de meia idade pragmáticos durante uma Crise e envelhecem como rígidos idosos de um Ápice. No momento atual, são identificados com a Geração X (nascidos entre 1961 e 1981)
- O terceiro arquétipo são os Heróis. São pessoas que passam sua infância como crianças cada vez mais protegidas durante uma fase de Desmascaramento. De forma geral, têm seu período de formação como jovens heróicos e trabalhadores em equipe de uma Crise. Posteriormente, costumam demonstrar arrogância como pessoas ativas de meia idade, vindo a emergir como os poderosos idosos a serem criticados no próximo Despertar. Atualmente, são identificados com os *Millennials* (nascidos entre 1982 e 2000) e com os *GI's* (nascidos entre 1901 e 1924). Segundo os autores, esses dois grupos exercem papéis semelhantes no ciclo de gerações, onde os *Millennials* preenchem o espaço vago deixado pelos *GI's*.
- Por fim, o quarto arquétipo são os Artistas. São o grupo que cresce como crianças superprotegidas durante uma Crise. Durante seu período formativo, vivem como jovens adultos suscetíveis em um mundo de pós Crise, entram a meia idade como líderes indecisos de um Despertar e envelhecem como empáticos senhores de um pós Despertar. Esse grupo corresponde aos *Silents* (nascidos entre 1925 e 1942) e, posteriormente, aos nascidos a partir de 2001.

O que os autores defendem é que lampejos de mudanças, crises, guerras, questionamentos e inconformismo acontecem o tempo todo, mas se extinguem rapidamente. O que permite que esses impulsos sigam adiante é a

combinação única de gerações ou arquétipos em um determinado momento, que dá impulso à sucessão contínua de ciclos. Trata-se de uma conjugação especial de valores, ou seja, de uma “combinação perfeita de gerações”, que gera cada uma das quatro reviravoltas. Segundo os autores, o momento atual, corresponde à Quarta Reviravolta – na qual, apesar da queda da ordem social (ou talvez por causa dela), a demanda por uma nova ordem cresce.

Segundo eles, o evento catalisador da mudança não importa tanto - em outras circunstâncias não teria as mesmas conseqüências. O que difere nesses momentos especiais é a reação da sociedade, que costuma estar passando por um momento de vulnerabilidade cívica, uma predisposição a sacrifícios em busca de consenso e soluções, busca por autoridade e liderança, intolerância em relação à fraqueza das instituições e ao individualismo. Nesse momento, a busca por valores tradicionais é tão forte que mesmo líderes com políticas ruins podem obter sucesso e fatores como o instinto de comunidade, a demanda por ordem, o trabalho em equipe e a disciplina social se encarregam de conduzir a mudança para uma nova ordem social. Em outras palavras, é uma combinação de falta de confiança, desemprego dos mais jovens, falta de poupança dos mais velhos, crise fiscal, pessimismo, decadência institucional, individualismo e falta de comprometimento que desencadeia as atitudes que mudam os valores e paradigmas. O evento catalisador é apenas o pano de fundo que faz com que as mudanças, antes necessárias, tornem-se inadiáveis.

Nesse cenário, a geração Y, chamada por eles de *Millennials*, assume o papel dos Heróis no ciclo dos arquétipos. Por esse motivo, defendem que essa geração irá se comportar de forma surpreendentemente mais tradicional do que as gerações anteriores, adotando um comportamento conservador, ordeiro e cooperativo.

2.4.3.Outras abordagens

Dentre as outras abordagens que foram levantadas por este estudo, está a de Gronbach (2008), que, de acordo com uma avaliação com base na demografia, investiga as tendências de comportamento das gerações de acordo com o tamanho – número de nascimentos – de cada uma delas. Ele alerta que se uma geração com população menor substitui uma geração com população maior haverá impacto sobre a oferta e a demanda. O autor considera que o

mercado de trabalho é movido pela quantidade de mão de obra disponível para repor a geração que está saindo do mercado.

Características como insegurança, hábitos de consumo e personalidade são atribuídas ao tamanho relativo de cada geração que está entrando no mercado em comparação ao tamanho da geração que está sendo substituída. Para o autor, gerações mais autoconfiantes o são porque são gerações compostas por menos indivíduos substituindo gerações mais numerosas e, por esse motivo, encontram um mercado de trabalho facilitado pela abundância de posições disponíveis em relação à pequena quantidade de profissionais.

O autor usa a mesma dinâmica em relação ao mercado consumidor e às oportunidades acadêmicas: gerações menos numerosas requerem maior esforço de *marketing* para manter o mesmo nível de vendas. De forma semelhante, diante da menor quantidade de crianças e jovens, alunos não tão bem dotados são aceitos em escolas que, em épocas diferentes, demandariam melhor desempenho individual.

Segundo Gronbach, essas facilidades concedem um sentimento de autoconfiança a toda uma geração, diferenciando-a das demais.

Quando o oposto ocorre, ele argumenta que se dá o surgimento de uma geração empreendedora que, ao enfrentar dificuldades para se estabelecer, adota um comportamento mais recolhido e conservador.

Dent (2009) adota uma metodologia semelhante, baseada em variáveis econômicas, ao afirmar que uma geração nascente menor não pode sustentar o mesmo nível de consumo da geração precedente. Ele propõe uma análise via ciclos geracionais, também compostos de quatro fases.

A Quarta Reviravolta de Strauss e Howe guarda semelhança com as quatro fases propostas por Dent, que são: inovação, crescimento, *shakeout* e maturidade.

A inovação é a fase da invenção, na qual os jovens impulsionam novas tecnologias. A fase de crescimento é quando acontece a experimentação: no começo dessa fase, a adoção das novas tecnologias é compartilhada por cerca de 10% da população e, quando a fase se conclui, aproximadamente 90% da população já adotam essas mesmas tecnologias. Depois do crescimento, dá-se início à fase de *shakeout* – a depressão ou descarte: nessa fase, sobressaem os melhores, os únicos que sobreviverão – os demais são descartados. Por fim,

chega-se à maturidade – a fase mais serena – quando há verdadeiramente a melhoria da qualidade de vida da população em geral.

Desse modo, acompanhando os ciclos históricos com base em ciclos econômicos, demográficos e tecnológicos, Dent (2009) posiciona o momento atual na terceira fase – *shakeout* –, que, ele acredita, durará até a segunda década do século atual, quando, enfim, o mundo viverá uma fase de bonança.

O autor justifica essa proposta observando que uma geração atinge o ponto culminante em seus gastos de consumo entre 40 e um pouco mais de 50 anos de idade, tendo seu pico perto de 49 anos. Uma vez que a maioria dos *Baby Boomers* (nascidos entre 1946 e 1964) está se aposentando no momento atual, ele prevê uma forte queda de demanda geral e do mercado de ações. Os *Baby Boomers* são uma geração numerosa e seus movimentos têm grande impacto na economia e nos valores vigentes. Dent (2009) afirma que muitos deles, nos próximos anos, terão que se desfazer de seus investimentos em ações para repor seus salários, provocando uma grande queda no valor das ações. Por isso, como também inexistente substituto de igual magnitude para os *Baby Boomers*, conjectura que o mundo está prestes a enfrentar a pior crise já vivida no último século, prevendo seu período crítico para entre 2010 e 2014. Tal como Strauss e Howe (1997), Dent (2009) fala da conjugação de vários ciclos, sendo que o tempo presente iguala-se a uma “Tempestade Perfeita”, quando vários ciclos se encontram na entrada da fase de depressão.

Tanto uma análise quanto a outra prevêem, para após a crise, uma era de melhor qualidade. Enquanto Dent (2009) vê um período de maturidade após o *shakeout*, Strauss e Howe (1997) vêem uma reestruturação social abrangente.

2.5.As gerações americanas

Como foi levantado anteriormente, o que define o momento da mudança de uma geração para outra não é consenso entre os pesquisadores. Meredith, Schewe e Karlovich (2002) falam em momentos definidores. Já Gronbach (2008) e Lancaster e Stillman (2002) consideram cada geração um período de 20 anos, por ser o tempo necessário, em geral, para que os indivíduos se tornem pais e uma nova geração surja. Strauss e Howe (1991) propõem que cada geração define a natureza momentânea do estágio do ciclo de vida em que se encontra.

À medida que cada geração passa para outro estágio do ciclo de vida, ocorre uma reviravolta (*turning*),

Um ponto é comum entre os autores: cada geração está sujeita a eventos específicos e únicos, que moldarão sua personalidade e valores para sempre. Howe e Strauss (2000) exemplificam a relação dos eventos e as gerações com a seguinte perspectiva:

- Os membros mais velhos da geração *Baby Boomers* não se lembram do VJ Day;
- Os membros mais velhos da geração X não se lembram do assassinato do Presidente Kennedy;
- Os membros mais velhos da geração Millennial não se lembram da explosão da Challenger.

Lancaster e Stillman (2002), com sua ênfase na vida profissional, destacam as diferentes posturas adotadas pelas gerações. Enquanto os Tradicionalistas, nome único dado pelos autores para os grupos chamados por Howe e Strauss (2000) de *GI's* e *Silents*, têm por objetivo “criar um legado”, os *Boomers* buscam uma “carreira meteórica”, os *Xers* perseguem uma “carreira portátil” e os *Millennials*, “carreiras paralelas”. Os autores apontam também o que recompensa cada geração: Para os Tradicionalistas: “A satisfação de um trabalho bem feito”; para os *Boomers*: “Dinheiro, títulos, reconhecimento, a sala mais espaçosa”; para os *Xers*: “Liberdade é a melhor recompensa”; para os *Millennials*: “O trabalho tem que ter um significado para mim”.

Assim como existem formas diferentes de definir os limites entre uma geração e outra, o que, naturalmente, gera intervalos de nascimentos diferentes, existem divisões diferentes de gerações. Por exemplo, onde Lancaster e Stillman (2002) vêem os Tradicionalistas (nascidos entre 1900 e 1945), Howe e Strauss (2000) posicionam os *GI's* (nascidos entre 1901 e 1924) e os *Silents* (nascidos entre 1925 e 1942). Já Meredith, Schewe e Karlovich (2002) encaixam nesse intervalo o *Depression Cohort* (nascidos entre 1912 e 1921), o *World War II Cohort* (nascidos entre 1922 e 1927) e o *Post War Cohort* (nascidos entre 1928 e 1945).

O Gráfico 2 ilustra como diferentes autores distribuem as gerações através de suas datas de nascimento e mostra as discrepâncias entre as classificações de gerações:

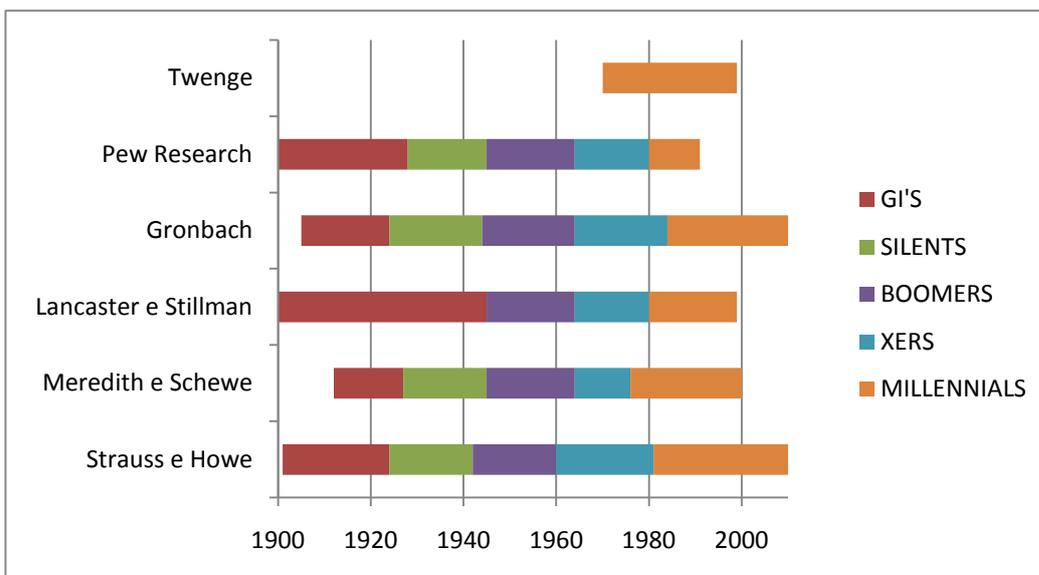


Gráfico 2: Cronograma das Gerações Segundo Diferentes Autores
 FONTE: a autora

Twenge (2006), por exemplo, ao definir o que ela chama de Geração Me, inclui indivíduos que a maioria dos autores considera ainda parte da Geração X, já que definiu seu público como pessoas nascidas após o surgimento do foco na auto-estima do indivíduo.

Lancaster e Stillman (2002), por sua vez, não fazem diferença entre *GI's* e *Silents*. Eles pressupõem que os comportamentos entre as duas gerações não são muito diferentes, possivelmente porque sua abordagem prioriza o comportamento profissional. Além disso, o agrupamento de duas gerações permite arregimentar uma amostra maior de pessoas ainda exercendo atividade profissional.

A Tabela 1 mostra as diferentes classificações desses autores e suas respectivas denominações:

	Geração	Nascimento
Howe e Strauss	GI'S	1901-1924
	SILENTS	1925-1942
	BOOMERS	1943-1960
	XERS	1961-1981
	MILLENNIALS	1982-2010
Meredith, Schewe e Karlovich	DEPRESSION COHORT	1912-1921
	WORLD WAR II COHORT	1922-1927
	POST WAR COHORT	1928-1945
	LEADING-EDGE BABY BOOMER COHORT	1946-1954
	TRAILING-EDGE BABY BOOMER COHORT*	1955-1965
	GENERATION X	1966-1976
	N GENERATION COHORTS	1977-...
Lancaster e Stillman	TRADICIONALISTAS	1900-1945
	BOOMERS	1946-1964
	XERS	1965-1980
	MILLENNIALS	1981-1999
Gronbach	GI'S	1905-1924
	SILENTS	1925-1944
	BOOMERS	1945-1964
	XERS	1965-1984
	GENERATION Y	1985-2010
Pew Research	GREATEST GENERATION	1900-1928
	SILENT GENERATION	1928-1945
	BABY BOOMER	1946-1964
	GENERATION X	1965-1980
	MILLENNIALS**	1980-1991

* ou GENERATION JONES

** a pesquisa inclui respondentes nascidos até 1991, mas os pesquisadores consideram a possibilidade da geração se estender até depois de 1991

Tabela 1: Relação das classificações de gerações

FONTE: a autora

É interessante observar, nos próximos tópicos a respeito dos perfis das gerações norte-americanas, que, quanto mais antiga é a geração, mais definido e consensual é o seu perfil. De fato, a teoria de coortes aponta para as dificuldades envolvidas em avaliar o comportamento originário dos valores introjetados junto às gerações mais novas. Uma possível causa para esse fenômeno é o fato de os valores estarem ainda se solidificando para esse público. Outra possibilidade é que, devido ao efeito período, o comportamento da geração mais nova possa se confundir com o da sociedade em geral. Uma vez absorvidos, o comportamento e os valores da geração permanecem constantes,

enquanto os da sociedade em geral vão se alterando. Dessa forma, geração e sociedade começam a se distanciar e o que é valor introjetado passa a ser mais detectável.

2.5.1.Perfis das gerações

Esse tópico apresenta as principais características de cada geração norte-americana, de acordo com as avaliações dos principais autores pesquisados.

2.5.1.1.GI's

Nascidos no começo do século XX, é a geração norte americana que viveu em seus anos formativos a Crise de 29 e a Segunda Guerra Mundial. É a geração em torno da qual existe o maior consenso na literatura.

Segundo a Wikipedia¹³, a expressão *GI* remonta a Primeira Guerra Mundial. Usado inicialmente como sigla para aço galvanizado (*galvanized iron*), passou a ser aplicado para “*government issue*”. O termo relacionava-se – e ainda se relaciona – aos soldados norte americanos, uma vez que todos os seus “pertences” eram, na verdade, propriedade do governo.

Quando contextualizados no período em que viveram da História, são os jovens da Segunda Guerra. A Crise, vivida em período tão marcante, dotou-os de um senso de valor distinto das gerações seguintes. Não só em termos de valores financeiros, mas, também, valores morais. Ter vivido as privações no começo de suas vidas profissionais fez dessas pessoas os maiores poupadores da América, sempre prontos para enfrentar uma época difícil. Sua preocupação com segurança financeira os diferencia dos demais, bem como a importância que dão à segurança no trabalho.

Sua maior característica, em termos de comportamento, é a rigidez de seus valores morais. São extremamente patriotas e têm profundo orgulho de seus valores cívicos. Não confiam em carros japoneses, privilegiando a compra de carros americanos (Meredith, Schewe e Karlovich, 2002). Confiam nas instituições e, com uma nova dose de otimismo e espírito cívico, refizeram uma

¹³ Em: [http://en.wikipedia.org/wiki/G.I._\(military\)](http://en.wikipedia.org/wiki/G.I._(military)), <http://www.answers.com/topic/gi>

nação atingida por crises. Seu objetivo era livrar a sociedade dos perigos que devastaram as gerações anteriores, apenas nesse momento tidos como intoleráveis (Howe e Strauss, 2000). Lancaster e Stillman (2002) definem essa geração com uma palavra: leais.

Na impossibilidade de satisfazer sua felicidade através de bens materiais, essa geração se voltou para o usufruto de momentos compartilhados com a família e os amigos – aprenderam a aproveitar os prazeres simples da família, amigos e vizinhos (Meredith, Schewe e Karlovich, 2002). Sua vida social é voltada para a família, a igreja e a comunidade local.

Meredith, Schewe e Karlovich (2002) assim descreveram seus valores:

- Praticidade: todo mundo precisa de um senso de propósito;
- Guardar para um dia chuvoso: seja conservador no que diz respeito a dinheiro;
- Economia e Segurança: a segurança deve ser garantida;
- Amigos e familiares: conectividade social é vital;
- A boa vida: conforto e comodidade são bons luxos, não requisitos para viver.

A Segunda Guerra, por sua vez, não só acentuou seu espírito cívico – já que, em sua visão simplista, acreditavam que estavam parando a dominação do mundo pelas forças do mal (Meredith, Schewe e Karlovich, 2002) – como também dotou-os de grande espírito de união e sacrifício. Viram as mulheres trabalhando nas fábricas e os homens lutando na Guerra. Conviveram com alimentação e gasolina racionadas, tudo com o objetivo de contribuir para o esforço da guerra. É, em consequência, uma geração que valoriza o trabalho bem feito como um fim, que considera o trabalho duro uma recompensa em si. Valorizam também o trabalho em equipe, já que se sentem unidos pela experiência da Guerra, bem como a camaradagem, o respeito pela autoridade e, principalmente, a lealdade. São vistos como uma geração honrada de heróis cívicos, que construiu instituições poderosas e duradouras, infra-estrutura e dominou a política e a economia até idades avançadas.

Intensamente românticos, por outro lado são intolerantes – etnicamente e sexualmente. Mas também nostálgicos e independentes. Na verdade, a época de incertezas que viveram fez com que se tornassem não só independentes, como também autoconfiantes: “eu posso”, é o que Twenge (2006) chama de *internal locus of control*, ou seja, acreditam que seu sucesso depende,

prioritariamente, de fatores sob seu controle e da maneira como vão conduzir suas vidas.

Outra consequência da Guerra foi fazer com que adiassem seus planos: casamento, carreira e filhos tiveram que esperar até que o final da Guerra se concretizasse. Como pais, sacrificaram-se pelo conforto dos filhos e não queriam que sofressem as privações que eles próprios haviam sofrido.

Howe e Strauss (2000) situam essa geração no ponto em que viveram na História. Afirmam que essa foi uma geração vista como as melhores crianças do mundo, como uma geração especial a ser protegida dos perigos, pressionada a comportar-se bem, estimulada a progredir. Passaram a infância numa época de hábitos civis decadentes, queda de confiança nas instituições e ressurgimento de individualismo. O tratamento especial recebido na infância acompanhou-os no começo da vida adulta e se transformou em um senso de confiança coletiva e poder. Ao entrar na vida adulta, passaram por um teste de heroísmo, um clímax histórico onde sua coragem e força moral foram testadas. Como pais, queriam que seus filhos (*Boomers*) desenvolvessem independência, criatividade e, se necessário, coragem para desafiar a autoridade radical. Conformistas, criaram os *Boomers* em um mundo permissivo, com regras flexíveis, já que haviam se negado a própria liberdade. Seus filhos desafiaram sua disciplina social e conservadorismo, transformando-se numa geração de confronto e questionamento. Os autores consideram que os *GI's* deixam um vazio com sua partida.

Principais Eventos	Valores
Grande Depressão II Guerra	Segurança financeira, aversão ao risco Independência Busca por família, amigos, comunidade Patriotismo Lealdade Respeito pela autoridade Autoconfiança Disciplina Valorizam o trabalho duro e bem feito Intolerância

Quadro 1: *GI's*
FONTE: A autora

2.5.1.2. *Silents*

A segunda geração americana, chamada de Pós Guerra por Meredith, Schewe e Karlovich (2002), teve seu período formativo depois da Segunda Guerra. Correspondem à geração que já era nascida, mas ainda era muito nova para lutar na guerra. Nascidos entre a década de 30 e o começo da década de 40, representam a geração menos numerosa dos Estados Unidos. O fato de terem passado o fim da adolescência e o começo da vida adulta no período Pós Guerra fez com que enfrentassem um mundo bastante diferente da geração anterior. A economia americana estava em expansão e a disponibilidade de mão de obra restrita, em função do atraso em ter filhos acontecido durante a Guerra. Viveram uma época de crescimento econômico, tranquilidade social, convívio familiar, mudança para os subúrbios, ascensão da classe média, sensação de segurança e estabilidade. Experimentaram pouca concorrência nos esportes, no trabalho e na vida militar, bem como baixa taxa de desemprego. Howe e Strauss (2000) argumentam que essa geração trouxe, para os *Millennials*, prazer, satisfação, irreverência em comparação aos mais sérios (e *workaholic*) pais *Boomers* e *Xers*.

Apesar disso, os *Silents* (ou Pós Guerra) viveram sob a ameaça da guerra nuclear e o medo do comunismo. Nunca produziram um presidente. Segundo Gronbach (2008), têm a mesma ética de trabalho do *GI's*, comportando-se como a geração anterior na maioria de suas condutas – apenas menos numerosos. Foi uma época não só de poucos nascimentos, como a crise afastou a imigração. Além disso, não lutaram na Segunda Guerra. Ouviam histórias, não podiam contá-las – segundo o autor, isso os fez os “*Silents*”. Foi a menor geração do século passado, viveram à sombra dos *GI's*, representando um pequeno eco ou, segundo Meredith, Schewe e Karlovich (2002), uma transição – enquanto o Depression Cohort reconstruiu os EUA, o World War II salvou o mundo e os *Boomers* lutaram no Vietnã e protestaram contra a autoridade. Adotaram, portanto, a cultura dos *GI's*, manifestada, por exemplo, no foco na família. Lancaster e Stillman (2002), sequer distinguiram-nos dos *GI's* em sua análise, tratando todos como uma só geração. No entanto, os *Silents* casaram-se mais cedo e tiveram mais filhos, também mais cedo. Foi a geração que cresceu confiando no sonho americano – e alguns viveram-no pessoalmente.

Suas maiores diferenças frente os *GI's*, que os aproximam dos *Boomers*, são o começo de um movimento que resultaria na maior tolerância – as manifestações contra a segregação racial – e o consumo. Seus indivíduos eram padronizados através do consumo: automóveis, máquinas de lavar, televisões, móveis eram fundamentais na construção do sonho americano. Foi o momento em que a vida americana começou a se mudar para os subúrbios e o estilo de vida e consumo começa a ser fundamental na identidade do indivíduo.

Principais Eventos	Valores
Crescimento econômico	Sonho Americano
Manifestações contra segregação racial	Foco na família
	Busca de auto-satisfação
	Consumo menos contido

Quadro 2: *Silents*
 FONTE: A autora

2.5.1.3. *Baby Boomers*

Os *Baby Boomers* são a geração que nasceu após a Segunda Guerra. Têm esse nome por causa do grande aumento na fertilidade que começou em 1946, depois do final do conflito, e acabou perto de 1964, com o surgimento da pílula anticoncepcional (Pew Research, 2010). São perto de 80 milhões de nascimentos.

Essa foi uma geração que usufruiu de grande liberdade quando criança. Seus pais – na maioria *GI's*, inconformados com as regras, privações, restrições e sacrifícios a que tiveram que se submeter, optaram por educar seus filhos de forma que pudessem pensar por si mesmos e pudessem usufruir da liberdade que eles mesmos não tiveram – mesmo que isso significasse, muitas vezes, desafiar a própria autoridade dos pais. Segundo Lancaster e Stillman (2002), os pais tradicionalistas (*GI's* e *Silents*) fizeram o que puderam para que seus filhos pudessem ter as oportunidades com as quais esses apenas sonharam e encorajaram-nos a perseguir seus sonhos. Gronbach (2008) argumenta que, quando olhavam para os *Silents*, não havia muitos – não havia crianças maiores no playground para imitar. Então, decidiram fazer as coisas do seu próprio jeito. Quando fizeram isso, os mais velhos não aprovaram – e a melhor maneira de funcionar frente à desaprovação é, segundo o autor, desafiá-la. Portanto, não respeitam autoridade e não respeitam as leis. Vivem de acordo com o que se pode chamar de *ética situacional*: “No amor e na guerra vale tudo”. Segundo

Gronbach (2008), ele mesmo um representante dessa geração, é uma geração de pessoas que não conseguem manter a palavra. Essa geração veio, afinal, para romper as regras dos *GI's* (Howe e Strauss, 2000).

Os *Boomers* são a geração que participou da Guerra do Vietnam, que viu o assassinato do Presidente Kennedy e de Martin Luther King, que viu o homem pisar pela primeira vez na Lua e que acompanhou o escândalo de Watergate. São uma geração que se dedicou à luta por causas, buscou justiça social, procurou a consciência, auto-realização cósmica, paz interior. Acima de tudo, é a geração que questionou a autoridade e o *status-quo*. Em outras palavras, os *Boomers* vieram para mudar. Tudo o que fazem tem que ser diferente. Segundo Gronbach (2008), até seus funerais serão diferentes. Eles lutaram contra o “sistema”, aprendendo a desafiar a autoridade e a não seguir as regras que foram impostas por outros. Dessa forma, conseguiram grandes mudanças sociais através dos movimentos de direito civil, luta das mulheres por igualdade e protestos anti-guerra. Antes de mais nada, é uma geração, em sua maioria, de idealistas.

Ao mesmo tempo são hedonistas e auto-indulgentes. Deram início à “era do indivíduo” que, junto ao foco na gratificação / satisfação pessoal, nas novas experiências, no apreço pela juventude, no modelo de vida natural – comer saudavelmente, por exemplo – e também junto à idéia do “espírito livre”, ou seja, a vida longe das responsabilidades, trouxeram consigo o individualismo quase inexistente nas duas gerações anteriores. Como eram muito numerosos, enfrentaram grande concorrência ao entrar no mercado de trabalho. Também viram a morte de líderes políticos e a descrença de outros, como no caso Watergate. Enfrentaram desemprego e recessão diante da Crise do Petróleo. Isso tudo os tornou menos confiantes nas instituições e mais proativos em suas carreiras. Na verdade, seu comprometimento com as instituições sofreu grande enfraquecimento, a fé em Deus e na família, compartilhada pelas gerações anteriores, foi perdida e os índices de divórcio e depressão subiram visivelmente. Muitos participaram da revolução sexual e da cultura da droga.

Meredith, Schewe e Karlovich (2002), por sua vez, fazem uma divisão dos *Boomers* em dois grupos. O primeiro, os *Leading-Edge Baby Boomers*, são os nascidos até 1954. Mais idealistas e otimistas do que o segundo grupo, viveram uma época de prosperidade, com produtos de massa personalizados. Já o segundo grupo, o da *Generation Jones*, ou *Trailing-Edge Baby Boomers*, foi o que viveu o Watergate, a crise do petróleo, a recessão, o desemprego e a

inflação. Segundo os autores, essa experiência dotou-os de um sentimento de vulnerabilidade em relação aos Estados Unidos. Também foi a época da perda da inocência, que correspondeu à promiscuidade sexual e ao uso de drogas, a época do cinismo e da desconfiança no governo – a fase do individualismo solitário e do divórcio, agregado aos múltiplos casamentos. É a geração que gasta como se não houvesse amanhã, que busca a conveniência.

Por outro lado, os Jones foram a geração que protestou em prol do meio ambiente, com sua preocupação em relação aos armamentos nucleares e ao lixo tóxico. Foi a geração do feminismo e da ação afirmativa. Buscaram formas de balancear o trabalho e a vida familiar e pessoal, Preocuparam-se com as crianças e os homens assumiram as tarefas domésticas.

De maneira geral, Lancaster e Stillman (2002) descrevem os *Boomers*, em poucas palavras: otimistas e competitivos, com a televisão correspondendo à sua maior marca.

Hoje, entre seus 50 e 60 anos, gastam seu dinheiro apaixonadamente – têm volume e motivação (Gronbach, 2008). Gastam em coisas que seus pais e avós considerariam tolices – comida, seguro saúde, conveniência, transporte e seus netos. Suas leis de consumo, segundo o autor, são: “Facilite minha vida”, “Economize meu tempo” e “Não me explore”. Não suportam ficar desatualizados ou possuir tecnologia ultrapassada, que possa datá-los. Em outras palavras, não envelhecerão da mesma maneira que seus pais envelheceram – e essa geração herdará a maior parte do dinheiro economizado pelas gerações anteriores. Por outro lado, adoram gastar dinheiro com seus filhos e netos – e estão transformando a nova geração (os *Millennials* ou *Yers*, como denominados por Gronbach) em consumidores incomparáveis a qualquer geração anterior. Profissionalmente, pretendem tirar o máximo do tempo de carreira que lhes resta. Valorizam a senioridade, o melhor escritório, a vaga mais bem localizada e outras marcas que demonstrem para si e, especialmente para os outros, o quanto estão bem. Em seu lado mais positivo, acolheram a questão do repúdio ao preconceito e não deixarão que ele volte, abrindo espaço para a tolerância que vigora junto às gerações posteriores.

Apesar disso, segundo Howe e Strauss (2000), aos olhos dos *Millennials*, demandam sempre mais das gerações mais novas do que demandam de si mesmos. São também considerados rigorosos e hipócritas pelos mais novos. De certa maneira, ironicamente, no passado, voltaram-se para as drogas para

induzir impulsividade e pensar originalmente. Hoje, voltam-se para as drogas para suprimir os impulsos de seus filhos e manter seus comportamentos padronizados. Gronbach (2008) afirma que *Boomers* não têm muita integridade, o que se reflete na sua taxa de 50% de casamentos fracassados. Eles serão a próxima geração que terá o poder financeiro. Segundo o autor, os *Boomers* estão definitivamente relacionados a mudanças – algumas ruins, outras boas. Mas, certamente, mudaram a visão de mundo das gerações posteriores.

Principais Eventos	Valores
Guerra do Vietnam Assassinato Presidente Kennedy	Questionamento da autoridade e das regras Busca por justiça social
Assassinato Martin Luther King	Foco na satisfação pessoal, auto-indulgência, individualismo
Homem na Lua	Apreço pela juventude
Crise do Petróleo, desemprego, forte concorrência	Luta contra o preconceito Consumo exacerbado Casamentos fracassados (divórcio), drogas Desejo de estar atualizado

Quadro 3: *Baby Boomers*
FONTE: A autora

2.5.1.4.Xers

Nascidos entre meados da década de 60 e final da década de 70 ou começo da década de 80, os *Xers* não contam com uma reputação muito favorável. Howe e Strauss (2000) afirmam que é a geração com o grupo de pessoas mais egoísta, mais profano, mais fragmentado quanto aos objetivos em sociedade, menos cauteloso em relação a sexo e drogas, apático politicamente, mais violento e socialmente decadente.

Meredith, Schewe e Karlovich (2002) os consideram cínicos em relação ao futuro. Afirmam que, quando o termo “Geração X” entrou pela primeira vez na consciência coletiva norte-americana – com a publicação do livro de Douglas Coupland em 1991, com o mesmo nome – a mídia entrou em um tipo de agitação por alguns anos. Proclamaram que estavam frente a uma geração completa de “interesseiros”, trabalhando em subempregos, e sem qualquer motivação real para crescer. Esta era uma geração nova, claramente diferente dos *Baby Boomers* – o que, de alguma forma, segundo os autores, tornou-os suspeitos. Meredith, Schewe e Karlovich classificam-nos como “*street smarts*” e afirmam que adotam uma postura “*whatever*”, sendo mais tolerantes em relação

à violência e ao sexo – atributos que estouraram no cinema. Na verdade, eram considerados difíceis de definir e, assim, tornaram-se conhecidos como a Geração X – onde X significou genérico, sem sentido, diferente da maioria. O nome foi negado por muitos nesse coorte. De fato, seus membros não se sentiam parte de qualquer grupo coeso e muitos ainda não se sentem hoje. Segundo os autores, essa geração foi a que recebeu a maior publicidade negativa já vista.

Gronbach (2008), com sua visão baseada na Demografia, atribui boa parte das características dos *Xers* ao fato de serem uma geração com poucos integrantes imediatamente posterior a uma geração numerosa como os *Boomers* – 9 milhões de pessoas a menos, o que corresponde a um decréscimo populacional de 11%. Isso fez, por exemplo, com que a competição por trabalho fosse menor entre os *Xers* – para cada dez empregos deixados pelos *Boomers* havia apenas nove *Xers* para substituí-los. Segundo o autor, esse fato os tornou arrogantes e rotulados por alguns como “batatas preguiçosas de sofá¹⁴”.

Lancaster e Stillman (2002) definem-nos apenas como céticos, afinal, não tiveram muitos heróis: viram as maiores instituições serem questionadas, as taxas de divórcio triplicarem, bem como o aumento da violência, o surgimento da AIDS, o consumo de crack e cocaína, os molestadores de crianças e os motoristas alcoolizados, o que faz dessa uma geração que se preocupa com o presente, não com o futuro e que acredita, acima de tudo, em sua independência.

Howe e Strauss (2000) atribuem parte dessas características ao fato de terem nascido quando houve um sentimento de aversão a crianças. Os autores definem-nos como fragmentados, pragmáticos e independentes. Meredith, Schewe e Karlovich (2002) destacam a quebra da Bolsa, a ruína da economia americana e o surgimento da AIDS, bem como a conseqüente inflação e o desemprego como fatores sociais negativos, que ocorreram quando os *Xers* entraram na vida adulta. Adicionam a esse quadro o aumento do fosso entre classes sociais e a alta dívida pública herdada, o que teria tornado os *Xers* menos otimistas e idealistas do que as gerações anteriores. Os autores acreditam que é uma geração de pessoas trabalhadoras e competitivas, que

¹⁴ No original: Lazy couch potatoes. Tradução da autora

colocam seus interesses pessoais e sua qualidade de vida antes dos interesses da empresa.

Ainda em relação a sua postura profissional, Lancaster e Stillman (2002) afirmam que essa é uma geração notadamente independente, que criou o “*carrier security*”, em substituição ao “*job security*”. Em outras palavras, para os *Xers*, a carreira não depende das empresas: o indivíduo se torna o arquiteto de sua própria carreira, o que lhes atribui maior independência. Seu objetivo é se qualificar, criar um portfólio de habilidades e experiências que lhes garanta uma posição segura durante qualquer tempestade. Nesse caso, a mudança de trabalho pode ser necessária, gerando “carreiras portáteis”, diferentes das carreiras estáveis almejadas pelas gerações anteriores. Essa é uma geração, portanto, que prioriza segurança no presente, em detrimento de estabilidade futuro. Afinal, viram seus pais se dedicarem a vida toda e ficarem desempregados quando mais velhos. Apesar disso, podem permanecer em uma empresa que ofereça a combinação certa de desafio, oportunidade e mesmo segurança. Segundo Meredith, Schewe e Karlovich (2002), os *Xers* priorizam qualidade de vida sobre o trabalho, são individualistas e não costumam trabalhar em equipe. Entretanto, possuem alto grau de empreendedorismo. De fato, segundo os resultados obtidos pelo Pew Research Institute (2010), os *Xers* são descritos, freqüentemente, como empreendedores solitários e experientes.

Enfim, para essa geração, a independência profissional é fundamental, mesmo que isso envolva riscos – o que estão dispostos a assumir. Para eles, a liberdade (de trabalho, horário e até remuneração) é a melhor recompensa a ser usufruída.

Outra distinção entre os *Xers* e as gerações anteriores é a sensação de que informação é poder, o que faz com que dividam entre si, constante e livremente, informações sobre salários e benefícios.

No entanto, apesar dessa postura independente e autoconfiante, Gronbach (2008) aposta que essa geração viverá sempre à sombra dos *Baby Boomers*, produzindo poucos gerentes, uma vez que a geração mais velha pretende permanecer ou mesmo voltar ao escritório. Mesmo culturalmente, em muitos casos, adotaram a música, a arte, a moda e a recreação dos *Boomers*. Outro aspecto levantado por Gronbach (2008) é o aumento da imigração devido à maior oferta de trabalho – conseqüência do pequeno número de profissionais disponíveis no mercado interno. Segundo o autor, os *Xers*, por serem menos

numerosos, estão plenamente empregados em atividades mais divertidas que trabalhar, por exemplo, em uma cadeia de *fast food*, fazendo com que McDonalds e cadeias similares tenham tido que importar sua mão de obra, contratando especialmente latinos. Gronbach acredita que esse convívio com uma sociedade mais heterogênea dotou os *Xers* de maior familiaridade com as diferenças sociais e étnicas do que tinham as gerações anteriores.

Não parece, portanto, que essa geração seja caracterizada apenas por deméritos. Junto à maior tolerância social e étnica, também compartilham maior consciência ambiental. Depositam também muito valor às amizades, uma vez que, freqüentemente, os amigos são os únicos com quem podem contar, já que muitas vezes moram longe dos pais e, como atrasaram ainda mais os casamentos e os filhos, demoraram a constituir família. No entanto, quando se propõem a assumir compromissos, costumam comprometer-se seriamente. Em termos religiosos, Meredith, Schewe e Karlovich (2002) afirmam que esse grupo tende a optar por religiões alternativas, outro possível reflexo de sua necessidade de independência.

Foi também a geração que viu – e fez – a explosão tecnológica e vivem muito mais próximos da tecnologia e informática do que as gerações anteriores. Eles fazem compras pela internet e são grandes usuários de cartão de crédito. Conquistaram, também, em comparação às gerações anteriores, maior nível educacional.

Por fim, Gronbach (2008) aponta para a questão demográfica. O autor afirma que os *Xers* não terão volume para consumir suficientemente: “não compram SUVs suficientes, assim como não têm massa crítica para comprar os castelos dos *Boomers*” – segundo o autor, esse é o motivo inicial para o mercado imobiliário estar afundando. Segundo ele, as vendas da maioria dos produtos caem quando uma geração pequena se segue a uma grande. Exceção são produtos recém lançados, preferencialmente, numa nova categoria (produtos sem história), como tecnologia. Uma segunda preocupação do autor é que ele acredita que essa geração não deverá conseguir arcar com o peso dos impostos quando chegar sua vez ou com o seguro social, levando a economia norte-americana a uma situação cada vez mais difícil.

Principais Eventos	Valores
Queda do Muro de Berlim	Independência, pragmatismo, individualismo, ceticismo
Aumento taxas de divórcio	Consciência ambiental
Violência, drogas (crack, cocaína)	Preocupação com qualidade de vida
Reality shows, violência e sexo no cinema	Diversidade social e étnica
	Maior nível educacional
	“Carreiras portáteis”

Quadro 4: *Xers*
 FONTE: A autora

2.5.1.5. Millennials / Generation Y / Generation N / Generation Me / Digital Generation

Talvez por ser uma geração ainda em formação, as controvérsias em relação a esse grupo são incomparáveis com as divergências menores encontradas pelos autores quando se referem às gerações anteriores. Aqui, as desavenças variam desde a denominação atribuída à geração até a sua personalidade, passando, inclusive, pelo período de nascimento. Quanto aos mais velhos integrantes da geração, Meredith, Schewe e Karlovich (2002) são os que os situam no momento mais antigo – incluem nascidos desde 1977, enquanto há autores, como Gronbach (2008), que consideram nesse grupo os nascidos depois de 1985. Quanto aos mais novos, há quem considere que essa geração permaneceu até os nascidos em 1999 (Lancaster e Stillman, 2002), enquanto Gronbach (2008) supõe que nascerão até 2010 – ou mesmo 2020. Quanto à denominação, há quem os chame de *Millennials*, já que a maior parte de seus integrantes viveu seu período formativo na virada do Milênio. Outros os chamam de Geração N ou Geração Net, ou ainda Geração Digital, por causa da invasão da internet. Twenge (2006) os chama de Geração Me, por terem nascido depois de disseminado o foco no indivíduo e na satisfação pessoal. Naturalmente, cada uma dessas diferenças, ainda mais quando combinadas a outras percebidas por cada autor, acarretarão traços distintos de personalidade, muitas vezes antagônicos, dentro do grupo em estudo.

2.5.1.5.1. Infância / vida escolar

Já em sua infância, os integrantes da geração Y – como serão denominados nesse estudo – tiveram um tratamento diferenciado das gerações anteriores. Os autores, em geral, concordam que esta foi uma geração excepcionalmente cuidada e protegida, embora diverjam em relação às conseqüências desse cuidado. Howe e Strauss (2000) afirmam que esta foi a geração maior, mais saudável e mais cuidada na história americana. Programas de TV, rádio, *websites*, todos com programação específica voltada para as crianças. É também a geração mais educada historicamente. Além disso, os autores afirmam tratar-se de um grupo de crianças “desesperadamente desejadas, dignas de amor infinito, sacrifício e cuidados especiais”. Meredith, Schewe e Karlovich (2002) destacam a preocupação dos pais e da sociedade com segurança, refletida nas minivans, nos capacetes e nos bebês-confortos, o que os tornou preocupados com a própria segurança.

Twenge (2006) destaca a preocupação com a auto-estima das crianças, muitas vezes sobrepondo a avaliação por desempenho. Segundo ela, nas escolas, todos os alunos passaram a ser recompensados, mesmo os que não atingem resultados. Outro ponto levantado é a participação das crianças nas decisões familiares. Howe e Strauss (2000) consideram que essa influência vem crescendo e é mais individual que coletiva. Lancaster e Stillman (2002) admitem que as crianças estejam incluídas na maioria das decisões familiares. No entanto, Twenge (2006) vê essa postura como um risco. Segundo a autora, dividir a maioria das decisões com as crianças, mesmo aquelas que elas ainda não conseguem tomar, fará com que achem que suas vontades são o mais importante, acabando por evitar que vejam suas limitações e, por fim, aumentando suas expectativas em relação a si mesmas e ao futuro, o que traz conseqüências negativas para sua adolescência e vida adulta.

Ainda em relação à infância da geração Y, verifica-se que as taxas de divórcio se encontram em ascensão e o índice de pais solteiros vem aumentando – resultados obtidos pelo Pew Research Institute (2010) junto a respondentes nascidos entre 1980 e 1991 apontam para o fato de que apenas seis entre dez indivíduos nessa faixa etária foram criados pelos dois pais. Twenge (2006) vê nessa tendência uma causa de ansiedade nas crianças e jovens, apesar de admitir que os homens se tornaram mais envolvidos na educação dos filhos, mesmo quando ausentes do lar. Seguindo a mesma

tendência, Howe e Strauss (2000) consideram que essas crianças tiveram uma percepção diferente em comparação às mais velhas no que diz respeito aos pais “ausentes”. Para elas, o pai, mesmo quando ausente, é visto como uma figura presente – “ele *gostaria* de estar lá”. Na verdade, sua relação com os mais velhos é próxima, uma vez que, segundo Howe e Strauss (2000), muitos pais optam por trabalhar menos para poder estar com os filhos, muitos avós oferecem ajuda, as creches e escolas são mais organizadas e os pais sentem grande pressão para não desapontar os filhos, o que gera crianças mais supervisionadas, que passam mais tempo com os pais e fazem mais programas em família.

Com uma visão diferente, Meredith, Schewe e Karlovich (2002) vêm maior ausência de supervisão dos pais e defendem que alguns responsabilizam pelo aumento da violência essa falta de supervisão, agravada pela perda de contato com a comunidade, pela glorificação da violência na mídia, ou por outros fatores sociais.

As altas taxas de divórcio e segundos e terceiros casamentos têm outra consequência, apontada por Gronbach (2008), na formação das crianças. Quase um terço deles tem quatro pais e oito avós que, levados pela culpa, enchem os descendentes de presentes. Segundo ele, essas crianças e adolescentes estão sendo inundados com presentes pelos pais e avós, que tentam compensá-los pelas perdas que sofreram. Isso é considerado pelo autor uma desvantagem para a geração Y, já que sua fonte inevitavelmente acabará justamente quando terão que enfrentar uma alta taxa de desemprego e uma competição acirrada no momento em que entrarem no mercado de trabalho. Esse é um dos pontos centrais defendidos por Twenge (2006), que considera que todo o cuidado e excesso de preocupação com as crianças podem levá-las, quando adultas, a uma tendência ao narcisismo – acharem que são especiais e que merecem mais do que os outros. Somado ao materialismo desenvolvido desde cedo, podem ser levados a acreditar que merecem a melhor casa, a melhor roupa ou o melhor carro simplesmente por serem especiais. No entanto, como essa geração vem se deparando com um mercado cada vez mais difícil e competitivo, a autora acredita que algumas consequências são as altas taxas de depressão, ansiedade, *stress* e, até mesmo, suicídio. Segundo Twenge, outro comportamento decorrente do excesso de cuidados dispensado com essa geração é a tendência a não admitir culpas ou responsabilidades. Ela afirma que são indivíduos que passam a acreditar que não têm controle sobre os eventos

relacionados à sua vida e passam a culpar os outros por seus problemas. Tendem, portanto, a se tornarem apáticos, a fim de não arranhar a imagem de auto-estima que construíram desde cedo.

Em relação à educação recebida, segundo Howe e Strauss (2000), para os pais dos membros da geração Y, nunca é muito cedo para começar a preparar para o colégio. Os pais querem que a escola molde as crianças, intelectual e moralmente, como uma fé espiritual. São estudantes e indivíduos mais evoluídos em matemática e ciências que em leitura e escrita e, por isso, podem desenvolver uma inclinação racional para a conquista de seus objetivos. Segundo os mesmos autores, também não demonstram evolução em estudos sociais e em artes. Eles argumentam que essas são crianças que têm menos tempo disponível que seus pais tiveram, por isso, desejam menos *stress* e mais tempo livre. Mesmo os brinquedos de antigamente foram substituídos por brinquedos educacionais. Os autores acreditam que os pais não querem que os brinquedos façam as crianças se expressarem por si mesmas – querem que os brinquedos substituam sua própria voz ativa. Incluídos em seu lazer estão os programas de TV infantis, que também costumam estar repletos de lições de moral claras, muitas vezes com histórias de conquistas de objetivos. Além disso, as atividades supervisionadas fora de sala de aula são uma característica dessa geração, priorizadas em relação a atividades desenvolvidas somente junto a crianças. Segundo Howe e Strauss (2000), esse pode representar outro fator de pressão sobre esses jovens, que estudam muito e costumam evitar riscos.

Em termos de conduta na escola, há também divergências. Howe e Strauss (2000) argumentam que comportamentos tolerados pelas escolas na época do *Xers* – ameaças, diários, beijos, beliscões – são punidos rotineiramente entre as crianças da geração Y, gerando uma política de tolerância zero. Na outra ponta, Twenge (2006) considera que os alunos, hoje, questionam excessivamente os professores, já que crêem que “Somos todos iguais (professores e alunos)”. Segundo ela, esse comportamento é causador de mal estar e desrespeito em sala de aula.

Em outro artigo, Twenge e Charles (2007) avaliam o MSDC, uma medida de necessidade de aprovação social, junto a estudantes de universidades¹⁵. Quanto maior o índice, maior a obediência à autoridade e mais ancorado em

¹⁵ College students

normas sociais é o comportamento do indivíduo. Os autores concluem que, apesar de ter sofrido aumento em 1980, esse índice permaneceu em torno do obtido em 1970, não atingindo mais os altos índices de 1950 (ver Gráfico 3).

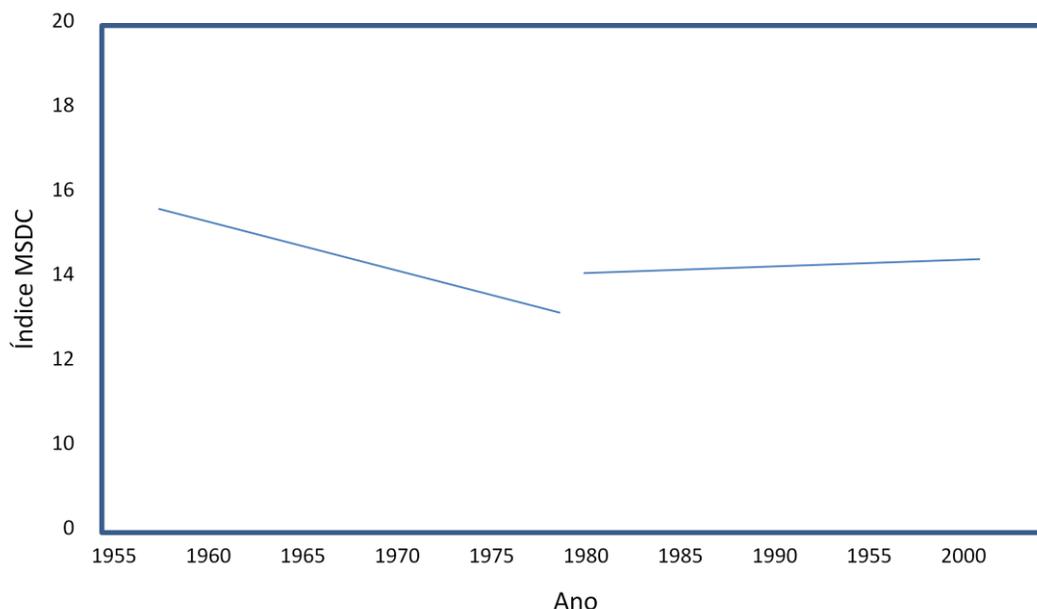


Gráfico 3: Variação da necessidade de aprovação social entre alunos do Ensino Médio (1958 a 2001)

Adaptado de Twenge e Charles, 2007

Segundo os autores, esses dados demonstram que as gerações mais jovens são menos preocupadas em serem gentis, educadas, convencionais e adaptadas ao próximo – também menos dispostas a serem obedientes à autoridade, a aceitar o julgamento dos outros e a seguir normas culturais. Entretanto, embora o índice não atinja a mesmo nível de 1950, não pode deixar de ser considerado que os membros da geração mais nova – alunos a partir de 1980 – se mostram mais preocupados em ser sociáveis e educados do que os que freqüentavam a universidade nos dez anos anteriores. Ainda que não na proporção que os autores achem suficiente, é visível, ainda que pequena, a evolução da geração mais nova em relação aos *Xers* no que diz respeito ao convívio em sociedade.

De qualquer maneira, o resultado é que, segundo os dados do Pew Institute (2010), os pais de hoje dizem ter menos discussões com os filhos pós-adolescentes do que lembram terem tido com seus pais na mesma idade. Constatação semelhante obtida pela pesquisa é a de que essa geração tende a respeitar os mais velhos. Howe e Strauss (2000) concordam que os filhos se dão bem com os pais e vão além, ao afirmarem que esses jovens querem trazer de volta normas e regras. Segundo eles, essa geração vai se rebelar se

comportando melhor, não pior do que as gerações anteriores, Para eles, essa previsão contraria o natural pensamento linear, que faz crer que a próxima geração será pior que a anterior. Segundo eles, enquanto as gerações anteriores viam os adultos como aparentemente bem disciplinados, controlados emocionalmente, confiantes no governo e no progresso, os integrantes da geração Y vêem os adultos como indisciplinados, livres reveladores de suas emoções, sem confiança no governo e pessimistas em relação ao progresso – exceto o progresso conquistado individualmente.

O Quadro 5 apresenta um resumo dessas características. Algumas delas não são consensuais entre todos os autores. Foram relacionadas aquelas consideradas mais relevantes.

Principais Características	Consequência
Aumento das taxas de divórcio Aumento do índice de pais solteiros	Arranjos familiares diversos
Preocupação com segurança	Excepcionalmente cuidados e protegidos
Presenteados em excesso	Materialismo
Participação nas decisões familiares Preocupação com auto-estima	Despreparo para o futuro

Quadro 5: Geração Y - Infância e adolescência
FONTE: A autora

2.5.1.5.2.Carreira / trabalho

Alguns autores consideram a geração Y, em geral, otimista e esperançosa em relação ao futuro, tanto profissional como financeiro (Howe e Strauss, 2000 e Meredith, Schewe e Karlovich, 2002). Segundo eles, são pessoas que vêem a mudança como positiva e estão acostumados a ela. Além disso, são descritos como autoconfiantes e materialistas, bem como impacientes, céticos e, por vezes, arrogantes em suas relações com os outros. (Schooley, 2005). Lancaster e Stillman (2002) definem-nos como realistas e argumentam que não só estudam mais intensamente do que qualquer geração anterior como também o faz por mais anos.

Twenge (2006) defende que costumam adiar sua entrada no mercado de trabalho, já que consideram que a fase entre os 20 e 30 anos não como um período de decisões, mas de experimentações: experimentam lugares, pessoas e trabalhos. Dessa forma, postergam sua carreira profissional até o começo dos 30, o que faz também com que morem com os pais até mais tarde, casando-se e

tendo filhos quando estão mais velhos do que o faziam as gerações anteriores. Segundo os dados do Pew Institute (2010), um em cinco *Millennials* está casado, metade do índice de seus pais na mesma idade.

No entanto, a crise deflagrada nos últimos anos parece ter também participação nesses fatos. Dados dessa mesma pesquisa afirmam que, apesar de serem mais otimistas que os mais velhos em relação às receitas futuras, aqueles que estão empregados tendem a declarar insatisfação com a receita atual – apenas 31% dizem que ganham o suficiente para manter o padrão desejado. Esse descontentamento é diagnosticado como consequência de sua entrada no primeiro emprego – ou mesmo do progresso de suas carreiras – ter sido prejudicada pela Grande Recessão norte-americana de 1929. Antes de a crise norte-americana ter sido deflagrada, Howe e Strauss (2000) atribuíram a queda no emprego entre os adolescentes ao fato de que tanto eles quanto seus pais não querem que esses jovens comecem a trabalhar cedo. No entanto, algumas pesquisas posteriores mostram, de fato, um cenário um pouco mais desmotivador que esse: Brownstein (2010), em linha com os dados do Pew Institute, afirma que apenas um em cada seis entrevistados por sua pesquisa junto a jovens entre 18 e 29 anos diz estar ganhando o suficiente para viver confortavelmente. Além disso, uma em cada quatro pessoas entre 25 e 29 anos ainda mora ou voltou a morar com os pais, enquanto 39% dizem receber ajuda financeira dos pais ou parentes. Com base nesses dados, o autor afirma que a consequência dessa situação é: quando perguntados sobre que tipo de trabalho oferece maiores oportunidades para atingir suas metas, quase metade escolheu as opções historicamente mais estáveis (grandes empresas, governo, educação e forças armadas). Krowske, Rasch, e Wiley (2010) observaram, também, que o desejo por segurança no trabalho diminuiu dos *G*'s para os *Boomers* e começou a subir levemente, com os membros da geração Y se sentindo tão satisfeitos com segurança no trabalho como os *Silents*. Isso pode ser consequência das incertezas a que Twenge (2006) se refere: maior competição escolar, pressão para escolha da profissão correta, aumento do custo de vida (casa, educação, saúde) e dificuldade para comprar uma casa ou conseguir um emprego. Segundo ela, a pressão, hoje, é maior do que no passado: espera-se que cada um tenha uma boa casa, carros, roupas, estudo, bom emprego, família, beleza, inteligência e assim por diante. Se o indivíduo falhar em apenas um desses itens, é o suficiente para que surja uma sensação de fracasso.

Gronbach (2008) acredita que o problema da crise pode ser agravado com a grande quantidade de nascimentos entre os integrantes da geração Y, o que dificulta ainda mais a procura por um emprego. No entanto, ele acredita que o desemprego precipitará um mar de jovens empreendedores para satisfazer a demanda de sua própria geração. Segundo o autor, foi o que os *Boomers* fizeram na década de 1970, quando não podiam encontrar trabalho. Ao comparar as dificuldades profissionais enfrentadas pela geração Y àquelas encontradas pelos *Boomers*, Gronbach acredita que esses terão que criar seu próprio mundo e competir por tudo. Por necessidade, portanto, se tornarão empreendedores e começarão um oceano de pequenos empreendimentos para atender suas próprias necessidades, restabelecendo o pequeno empreendimento como nunca antes.

No que diz respeito às expectativas profissionais, essa geração vê o trabalho de forma diferente da que viam as gerações anteriores. Em geral, procuram um trabalho que, para eles, tenha um sentido maior – acreditam que um trabalho que não seja recompensador e não os faça orgulhosos não valha à pena (Twenge, 2006). Segundo Schooley (2005), frustram-se com facilidade e mudam de emprego em busca de maior satisfação. Twenge (2006) vai além ao dizer que seguem sonhos impossíveis e buscam, principalmente, fama. Para ela, os ideais dessa geração são artistas e músicos. De fato, parece que, para esses indivíduos, o prazer deve estar associado ao trabalho. Howe e Strauss (2000), por exemplo, consideram que, embora essa geração veja o *workaholism* como uma característica universal no mundo adulto, eles desaprovam esse tipo de comportamento. Afinal, viram seus pais trabalharem muito a vida toda e, muitas vezes, encontrarem desemprego e insegurança no final de suas carreiras. Segundo Schooley (2005), eles dão importância à diversão – e quando trabalham, querem que esse seja motivador, desafiador, tenha um bom salário e flexibilidade. Dados do Pew Institute (2010) constatam que, nas suas prioridades, paternidade/maternidade e casamento vêm antes de carreira e sucesso financeiro.

Em termos das formas de trabalho, um consenso entre os autores é sua habilidade para trabalhar em equipe. Howe e Strauss (2000) acreditam que criarão padrões e trabalharão em equipe de forma organizada e cívica. Em outras palavras, compensarão as características que vêem como negativas nos *Boomers* – narcisismo, impaciência, iconoclastia e foco nas palavras em detrimento das ações – voltando-se para a comunidade, a confiança, a ação e

paciência. De forma semelhante, Lancaster e Stillman (2002) analisam a evolução na forma de trabalho através das últimas gerações da seguinte forma: para os “Tradicionalistas” (*GI's* e *Silents*), vigorava a cadeia de comando; para os *Boomers*, o objetivo era a mudança de comando; para os *Xers*, importava o auto-comando; para os *Millennials*, a regra é o não comando – a colaboração. Segundo os autores, em quantidades na maioria das vezes apropriadas, os Tradicionalistas deram aos *Millennials* sua dose de lealdade e de fé nas instituições; os *Boomers*, confiança e otimismo a respeito de suas habilidades para conseguir as coisas; os *Xers*, o ceticismo suficiente para serem cautelosos. Para Schooley (2005), não só trabalham em grupo, como também são flexíveis, adaptáveis e confortáveis com a incerteza que caracteriza seu mundo em constante mudança.

Outro consenso entre os autores que não pode ser deixado de lado são as conseqüências do convívio com a informática na sua vida profissional. Em termos de habilidades, a familiaridade com a informática dotou esses jovens de algumas características, como a multifuncionalidade, a interatividade e o hábito de receber respostas instantâneas. Uma das conseqüências disso é a apontada por Lancaster e Stillman (2002), que são as carreiras paralelas: eles seguem vários caminhos e aprendem várias atividades/trabalhos ao mesmo tempo e os executam de forma admirável – enfim, são multitarefas. Segundo os dados do Pew Research (2010), não se vêem no mesmo emprego pela vida toda. Meredith, Schewe e Karlovich (2002) destacam o fato de que, por quererem informações instantâneas, não costumam procurar muito por aquelas que apresentam maior dificuldade. No entanto, acreditam que são ainda mais auto-suficientes que os *Xers*. Schooley (2005), por sua vez, afirma que são criativos, organizados, independentes e abertos à inovação. Não se impressionam com *status* e autoridade e se frustram com burocracia. Ela os descreve como acostumados a receber informações rapidamente e como sendo multitarefas.

Embora concorde com alguns dos pontos acima, em sua interpretação menos otimista das características associadas a essas pessoas e a suas conseqüências, Twenge (2006) defende que esses jovens estão prestes a se decepcionar com o mundo, quando descobrirem que suas vidas serão bem mais difíceis do que as que seus pais tiveram. Enquanto vêem no cinema e na TV que todos os seus sonhos são possíveis, sua visão da realidade torna-se exageradamente otimista. Segundo ela, eles entram no mercado de trabalho com alta expectativa e esperam um trabalho que traga consigo algum

significado, *feedback* construtivo e posições de influência dentro das organizações. Pretendem estar empolgados com a visão da empresa, sua gerência e as oportunidades de fazer contribuições. Esperam dar sugestões imediatamente e ser promovidos rapidamente. Acreditam que o trabalho não é só fonte de recursos, mas uma experiência enriquecedora em si mesma. Talvez, por isso, venham atrasando sua entrada no mercado, assim como aparentam ter dificuldades em fazer escolhas profissionais. Outra possível causa para essa insegurança é a imprecisão de sua auto-percepção, já que se consideram especiais e dignos de um futuro exclusivo.

Twenge (2006) acredita que esse excesso de auto-estima, quando frustrado, gera o que ela chama de *external locus of control*, ou seja, de forma oposta aos *G/s*, acreditam que seu sucesso depende mais de fatores externos do que de si mesmos – “conseguir um emprego depende principalmente de estar no lugar certo, na hora certa”. Na verdade, a autora argumenta que a demanda por trabalho e por produtividade tem crescido tanto recentemente que ninguém acredita que faz o suficiente: quase todo mundo olha para o trabalho não feito e se acha insuficiente. Para ela, essa cobrança gera *stress* e depressão, aos quais os jovens reagem desassociando o sucesso das próprias atitudes. Dessa forma, são capazes de sustentar a auto-estima quando o fracasso acontece. Exemplos desse comportamento, segundo a autora, são, não só a impressão dos jovens de que casamento e carreira são sorte, como a mentalidade de vítima refletida nas ações contra empresas e nas reivindicações dos pais junto aos professores em busca de notas.

Principais Eventos	Características
Crise financeira – desemprego	Mais estudo que as gerações anteriores Entrada no mercado de trabalho adiada Autoconfiança, otimismo Multifuncionalidade Trabalho em equipe Procuram satisfação no trabalho

Quadro 6: Geração Y - Carreira / trabalho
FONTE: A autora

2.5.1.5.3. Diversidade

A familiaridade com a diversidade é outro ponto destacado pelos autores que se aprofundam na questão da geração Y. Twenge (2006), apesar de sua visão não muito otimista em relação a essas pessoas, dedica um capítulo de seu

livro à questão da diversidade e da tolerância em relação às minorias, gays e lésbicas, assim como à aceitação da igualdade entre homens e mulheres.

Demograficamente, é o grupo com maior quantidade de imigrantes de 2ª geração, principalmente asiáticos e latinos (Howe e Strauss, 2000). Gronbach (2008) explica a grande imigração da geração anterior em função da pequena população de *Xers* e a conseqüente oferta de emprego abundante nos Estados Unidos. O efeito desse fenômeno foi a variação étnica, que fez com que os integrantes da geração Y estejam acostumados a uma diversidade sem precedentes. Por isso, a idéia de uma divisão das pessoas por cores não significa para eles o que significa para as pessoas mais velhas – eles namoram e têm amigos de etnias diferentes, o que os torna acostumados à tolerância e à diversidade.

É também uma geração mais tolerante com os novos arranjos familiares, seguidos de perto pelos *Xers* (Pew Research Institute, 2010). Na verdade, os membros da geração Y são mais tolerantes em relação a uma variedade de comportamentos ligados a casamento e paternidade. É a única geração que se declara, em sua maioria, a favor do casamento *gay*. Na verdade, o maior hiato entre as quatro gerações pesquisadas (*Silents*, *Boomers*, X e Y) está entre as duas mais novas (X e Y) e as duas mais velhas (*Silents* e *Boomers*):

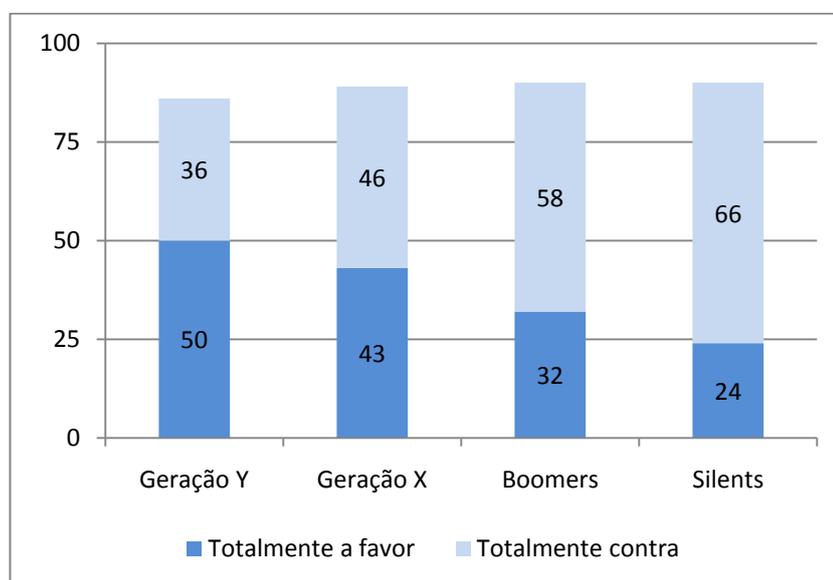


Figura 3: % de pessoas a favor da legalização do casamento *gay* nos Estados Unidos Adaptado de Pew Research Institute (2010)

Segundo os dados desse mesmo instituto, a geração Y está mais exposta a pessoas *gays*: 54% afirmam ter um amigo próximo ou um familiar *gay*. São também mais tolerantes em relação a políticas a favor das minorias e

relacionamentos entre negros e brancos. Twenge (2006) vê a origem desse comportamento na educação – eles aprendem desde cedo que o diferente é bom, já que recebem constantes lições de tolerância e vêm sendo ensinados de forma consistente que o preconceito é a única atitude que não deve ser aceita. Gronbach (2008) acredita que essa foi uma conduta herdada de seus pais – *Boomers*, em sua maioria – que iniciaram os movimentos em busca de igualdade social, e afirma que dois dos maiores resgates que esses pais deixarão serão a tolerância e a diversidade.

Na verdade, há consenso entre os autores em afirmar que essa é uma geração que convive bem com os outros, seja com seus pais, ou com as pessoas em geral. Twenge (2006) afirma que se sentem mais confortáveis que as gerações anteriores com interações sociais, novas pessoas e festas. Para Meredith, Schewe e Karlovich (2002), essa geração se sente parte da comunidade global e, ao convergir ao redor do planeta, tendem a ser cada vez mais semelhantes, apesar das nacionalidades diferentes.

Principais Eventos	Características
Maior quantidade de imigrantes	Tolerância étnica Tolerância sexual

Quadro 7: Geração Y - Diversidade
FONTE: A autora

2.5.1.5.4. Tecnologia / informática

A familiaridade dessa geração com a informática e a tecnologia é o aspecto considerado pela maioria dos autores o mais característico dessa geração. Em toda a literatura consultada, não houve quem descrevesse esse grupo sem mencionar esses atributos. Os próprios membros da geração, em contraste com as outras – que não costumam se considerar muito diferentes das demais – afirmam que se percebem como parte de uma geração única e creditam essa diferença ao uso de tecnologia. Entre os entrevistados pelo Pew Research (2010), 24% afirmam que se sentem diferentes das gerações anteriores por causa do seu intenso uso de tecnologia. Segundo a pesquisa, essa é a primeira geração da história “constantemente conectada” – e eles tratam os equipamentos portáteis multitarefas como uma parte integrante de seu corpo.

Meredith, Schewe e Karlovich (2002) atentam para o fato de terem crescido com a internet. Por isso, os autores acreditam que eles a usam para tudo: pesquisa, lazer, amigos, filmes, músicas, compras. Howe e Strauss (2000) e Gronbach (2008) afirmam que é uma geração mais envolvida com a internet do que com a televisão. Segundo Howe e Strauss (2000), 28% das pessoas nessa faixa de idade dizem poder viver sem TV, enquanto apenas 23% viveriam sem computador. Schooley (2005) defende que, para eles, não só é fundamental ter acesso a múltiplos equipamentos de comunicação que lhes propiciem permanecer conectados constantemente, como também se sentem extremamente confortáveis com a tecnologia.

Essa relação se estende a outros utensílios tecnológicos. Meredith, Schewe e Karlovich (2002) observam que os adolescentes e os pós adolescentes consideram iPods, celulares e computadores itens de primeira necessidade. Howe e Strauss (2000) afirmam que a posse de equipamentos e brinquedos tecnológicos se tornou o “crachá” para pertencer ao grupo. Para Gronbach (2008, p.186), “(...) eles têm iPods, laptops, aparelhos de DVD e telefones celulares. Mandam mensagem de texto, de voz e falam em seus celulares com avidez. Assistem DVDs e ouvem músicas baixadas. Vêem pouca televisão e o tempo que passam em frente a comerciais de TV está caindo significativamente. Não ouvem rádio nem lêem jornais. Sua fonte de informação é a internet”. Com isso, estão acostumados a ter acesso a uma quantidade nunca vista de informação. No entanto, quando se informam, tendem a fazê-lo de forma rápida e superficial. O resultado é que costumam ter conhecimento sobre assuntos variados, mas não costumam buscar maior aprofundamento, permanecendo na superficialidade.

Outra característica marcante desse grupo são as redes sociais. Desde 2005, quando começaram a se popularizar as redes sociais, até 2010, essas pessoas passaram a adotar e utilizar mais fortemente as redes de relacionamento que qualquer outra geração (Pew Research, 2010). Segundo Howe e Strauss (2000), eles se mantêm em contato quase ininterrupto uns com os outros – em casa, nas férias, em qualquer lugar. De fato, entre seus integrantes, três quartos já criaram um perfil em um *site* de relacionamento e um em cada cinco já postou um vídeo de si mesmo *online*. A Figura 4 mostra algumas diferenças entre a relação desses jovens com a internet e a das gerações anteriores:

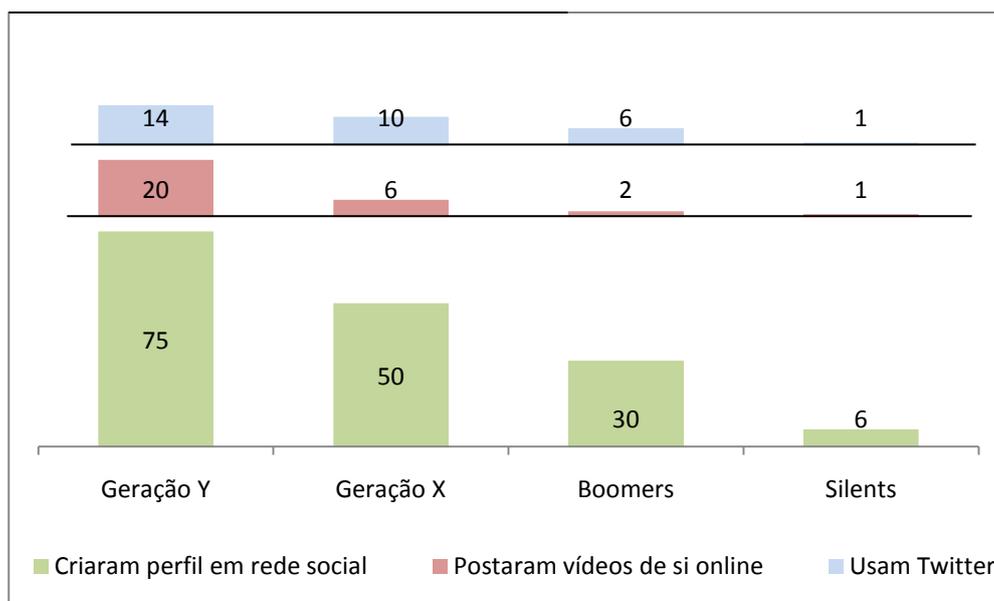


Figura 4: Uso de tecnologia nos Estados Unidos por geração
Adaptado de Pew Research Institute (2010)

Lancaster e Stillman (2002) confirmam que essa geração se encontra nos *chat rooms*. A consequência desse hábito é que a maneira de se relacionar vem sofrendo mudanças. Meredith, Schewe e Karlovich (2002) levantam a questão dos contatos à distância, considerados mais impessoais. Segundo Twenge (2006) essa impessoalidade acarreta entre eles uma sensação de solidão e de angústia.

Além da forma de relacionamento, a forma de lazer vem sofrendo influência da internet. O dia a dia dessa geração é descrito como estritamente ligado à rede. Definitivamente, para essas pessoas, a internet está associada ao lazer. A Figura 5 mostra o consumo de lazer na internet por parte dessas pessoas em relação às demais gerações:

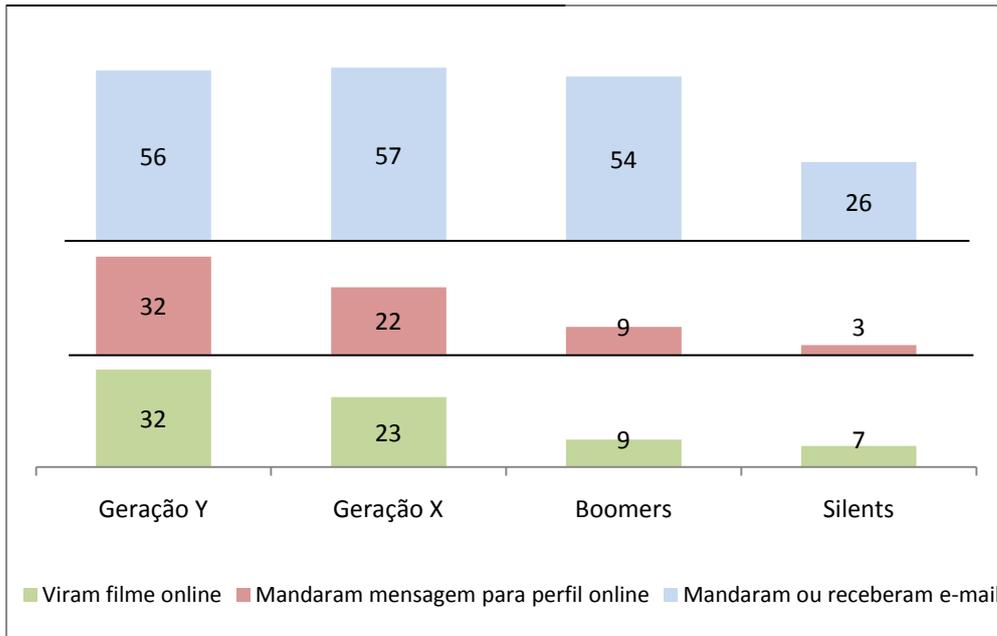


Figura 5: Atividades de lazer desenvolvidas *online* nas últimas 24 horas nos Estados Unidos
Adaptado de Pew Research Institute (2010)

Quando o tema é televisão ou jornal em papel, essa preferência se inverte e as gerações mais antigas superam as mais recentes em sua utilização. De fato, os mais novos vêm substituindo essas atividades pelas diferentes formas de lazer *online*:

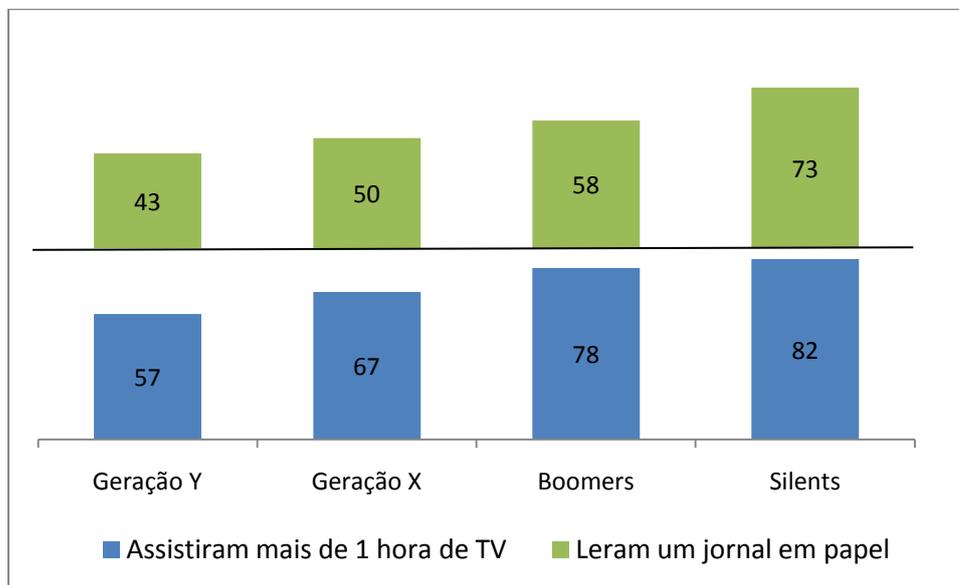


Figura 6: Outras atividades de lazer desenvolvidas nas últimas 24 horas nos Estados Unidos
Adaptado de Pew Research Institute (2010)

O uso de celular por essa geração também é diferenciado do das gerações anteriores. Mais semelhantes em comportamento aos Xers, os integrantes da geração Y usam esse aparelho em todas as suas formas. Destaca-se, no entanto, o uso de mensagens de texto – SMS. Esse tipo de comunicação é priorizado pela geração Y e sua intensidade de uso, quando comparada à das gerações anteriores, assemelha-se às diferenças encontradas para as redes sociais:

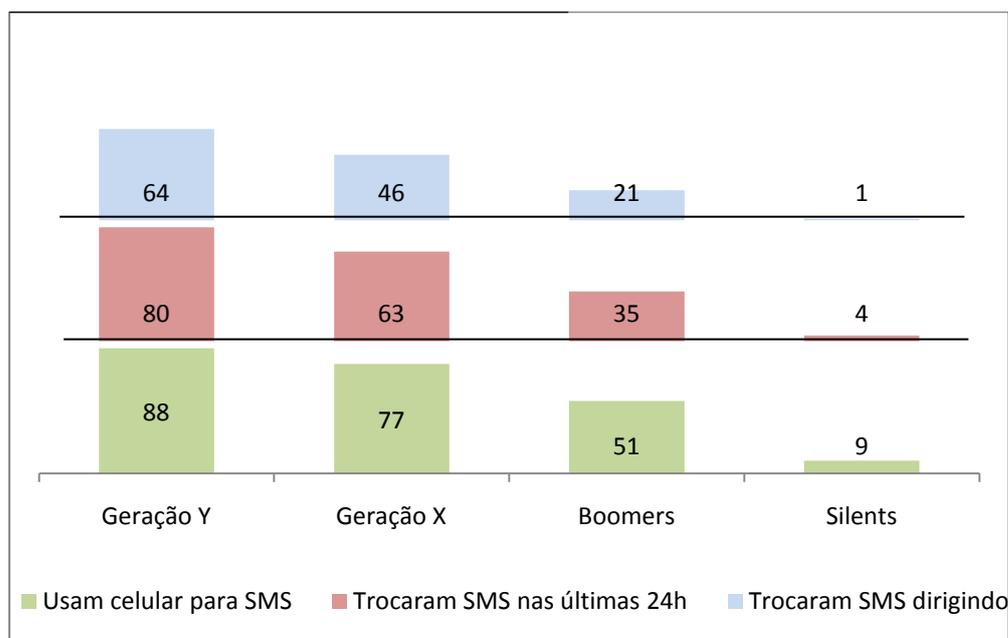


Figura 7: Uso de telefone celular por geração nos Estados Unidos
Adaptado de Pew Research Institute (2010)

O Quadro 8 resume as características mais importantes relacionadas à geração Y e à tecnologia:

Principais Eventos	Características
Redes sociais	Maior familiaridade com a tecnologia Conversas por mensagens Acesso a informações diversas

Quadro 8: Geração Y - Tecnologia / informática
FONTE: a autora

2.5.1.5. Outras características

Algumas outras características da geração Y são levantadas pelos autores. Uma delas é o uso de *piercings* e de tatuagens. Segundo dados do Pew Research (2010), quatro em cada dez integrantes dessa geração têm tatuagens. No entanto, desses, 70% declaram que sua(s) tatuagem(ns) está(ão)

escondida(s) sob a roupa. Quanto aos *piercings*, a pesquisa mostra que 23% dos entrevistados pertencentes à geração têm *piercing* em outro lugar além do lóbulo da orelha. Twenge (2006) classifica esse comportamento como um sinal de exibicionismo, que ela compara à postura dessas pessoas de contar e discutir os problemas e a vida pessoal publicamente, bem como à tendência a externar as emoções livremente. Meredith, Schewe e Karlovich (2002) levantam a questão da proliferação dos *reality shows*, onde a vida privada é também compartilhada com o público e a superexposição é encarada de forma natural.

Uma segunda característica da geração Y norte americana é relacionada à percepção de segurança. Seja por terem sido muito protegidos pelos pais, pelo foco em perigo na mídia, ou mesmo por causa de acontecimentos violentos como Columbine e o atentado às Torres Gêmas, essa geração tende a compartilhar uma sensação de insegurança (Meredith, Schewe e Karlovich, 2002). De acordo com a pesquisa do Pew Research (2010), eles têm, de fato, um olhar cauteloso em relação à natureza humana. Twenge (2006) também concorda com a falta de confiança e a sensação de insegurança e credita esse receio ao aumento da violência e à sua divulgação pela mídia. Por outro lado, Howe e Strauss (2000) os descrevem como extremamente desconfiados da mídia, mas acrescentam que, apesar disso, tendem a confiar mais nas instituições e no governo que as gerações anteriores. Segundo os autores, é uma geração que, embora preocupada, demonstra interesse em entender outras culturas.

A terceira característica diz respeito ao consumo. São descritos por Gronbach (2008) como ávidos consumidores. Segundo o autor, eles são um mercado emergente instável. Priorizam produtos de entretenimento, moda, alimentação, eletrônicos e transporte. Mas, apesar de consumistas, seleção é tudo para eles. Preocupam-se com preços baixos, exceto nos casos em que determinado item seja exatamente o que querem. Além disso, seus gostos mudam diariamente, o que, de acordo com Gronbach (2008), fará deles um desafio para os profissionais de *marketing* no futuro, caso não sejam capazes de adicionar agilidade a suas campanhas e produtos. No que se refere a *marketing*, o autor apresenta outra mudança: o fato de verem poucos comerciais de TV e de rádio, transferindo a publicidade para a internet – terreno ainda pouco conhecido por esses profissionais. Segundo Meredith, Schewe e Karlovich (2002), além do alto poder de compra, têm consciência de marcas e estilo eclético. Howe e

Strauss (2000) crêem que a lealdade dos adolescentes é voltada para um número menor de maiores marcas.

Uma quarta característica dessa geração é a preocupação com o meio ambiente. Gronbach (2008) acredita que eles levam essa preocupação realmente a sério e que esta será a primeira geração a fazer do planeta um lugar melhor para se viver do que aquele que encontraram. Meredith, Schewe e Karlovich (2002) destacam sua consciência social e ambiental.

Por fim, controvérsias surgem quando o assunto é o comportamento sexual, onde existem severas discrepâncias entre os pontos de vista dos autores. Howe e Strauss (2000), assim como Meredith, Schewe e Karlovich (2002) defendem que essa geração é mais conservadora que os *Xers* e os *Boomers*. Segundo os primeiros, as pessoas da geração Y vêem a abstinência sexual não como repressão, mas como força de vontade e caráter. Também acreditam que estão resgatando a aparência mais convencional e não se sentem confortáveis com o sexo no vídeo. Meredith, Schewe e Karlovich (2002) descrevem-nos como menos anarquistas que as gerações anteriores, com valores convencionais e mais conservadores em relação a sexo e casamento. Segundo eles, embora essa geração busque realidade e autenticidade, ela conta com um grau de idealismo maior do que seus antecessores, os *Xers*.

No entanto, ao contrário desses autores, Twenge (2006) os relaciona a um comportamento sexual oposto. Ela argumenta que essa geração tem relações mais cedo e que o sexo antes do casamento, para eles, é quase uma regra. Segundo ela, os integrantes dessa geração justificam esse tipo de comportamento através da alegação de que precisam buscar experiências. Twenge também afirma que falam livremente de sexo e critica-os por não relacionam intimidade sexual a envolvimento emocional.

Na verdade, há vários pontos em que Twenge (2006) tem uma visão dessa geração oposta a de outros autores, como Howe e Strauss (2000). Para ela, essa é uma geração cujas características mais marcantes são a permissividade, a falta de educação, o narcisismo e o egoísmo. Ela se opõe à preocupação que percebe em relação à satisfação pessoal e à priorização de altos níveis de auto-estima. Excesso de liberdade, independência e preocupação *consigo* mesmo são características que ela acredita que levarão essa geração a uma situação de frustração no futuro. Para ela, as relações superficiais adotadas pela geração Y – ou Geração Me, de acordo com sua denominação – funcionam

como um agravante no sentimento de solidão compartilhado por eles. Sua crítica é voltada ao individualismo e à rebeldia que ela identifica nesse grupo.

No outro oposto, Howe e Strauss (2000) consideram que essa geração fará a revolução através de uma mudança das instituições em grande escala, focados na comunidade e não no indivíduo. Acreditam que serão os revolucionários desse século, em substituição aos *GI's* que estão partindo. Os autores criticam o pensamento linear, que induz ao erro de achar que a próxima geração será pior que a anterior, já que os *Boomers* foram mais indisciplinados que os *GI's* e que os *Silents*, e os *Xers*, mais indisciplinados que os *Boomers*. Os autores vêem essa geração sendo preparada para enfrentar os problemas que acreditam serem iminentes e notam, em suas atitudes, comportamentos compatíveis com os dos heróis que resgatarão os valores de solidariedade, de família e de comunidade deixados de lado pelas gerações anteriores. Para eles, a geração Y – ou *Millennials*, de acordo com sua denominação – será surpreendentemente convencional e conservadora, e reconstruirá o país da mesma forma como fizeram os *GI's*.

<i>Piercings</i> e tatuagens Falta de confiança, insegurança em relação aos outros Consumistas Preocupados com o meio ambiente

Quadro 9: Geração Y - Outras características
 FONTE: A autora

2.6. Gerações internacionais – Alemanha e Rússia

Apesar da maioria dos estudos de geração ser conduzida junto ao público norte-americano, há amostras de trabalhos feitos sobre esse tema em outros países. Quando são avaliados esses estudos, percebe-se que os perfis de suas gerações nem sempre acompanham os resultados dos Estados Unidos.

Meredith, Schewe e Karlovich (2002), na verdade, mostram que as diferenças locais influenciam a distribuição das gerações nacionais. Através de uma análise baseada na teoria de coortes, que tem por base a formação de memórias coletivas, os autores levantam algumas questões como:

- Será que a reconstrução da Alemanha depois da Segunda Guerra foi conduzida com o mesmo sentimento de “Nós Podemos” que permeou

aqueles que ajudaram a reconstrução dos Estados Unidos depois da Depressão?

- Indivíduos que passaram seus períodos formativos no Chile durante a ditadura Pinochet passaram a valorizar a liberdade por causa das censuras sofridas?
- Será que o fim do Apartheid, na África do Sul, criou um sentimento de otimismo em relação ao futuro nos jovens sul-africanos de 1990?

Muitas são as questões que podem ser levantadas se forem consideradas as Histórias específicas de cada país. Há momentos definidores que têm influencia global, como as duas Grandes Guerras, o advento da televisão, a Guerra Fria ou a Queda do Muro de Berlim. No entanto, há também que se considerar os eventos locais, como a prisão e soltura de Nelson Mandela na África do Sul, a Revolução Cultural na China, a Guerra dos Seis Dias em Israel, Egito e Síria, ou o estouro da bolha econômica no Japão. Tais eventos, embora tenham grandes conseqüências para seus países, não exercem a mesma influência nos demais (Meredith, Schewe e Karlovich, 2002).

Esse estudo apresenta dois casos de estudos de coortes conduzidos em países que não o Brasil ou os Estados Unidos, que são apresentados no livro de Meredith, Schewe e Karlovich (2002). São trabalhos acerca de gerações alemãs e russas e ambos mostram diferenças em relação às gerações norte-americanas:

Coorte	Nascimento	Pico de preferência
Pós I Guerra	1901-1918	1918-1935
Oportunistas e Seguidores	1919-1928	1936-1945
Pós Segunda Guerra	1929-1948	1946-1965
<i>Wild Sixties</i>	1949-1968	1966-1985
Geração X	1969-1978	1986-1995
Internet <i>Junkies</i>	1979-hoje	1996-hoje

Tabela 2: Coortes Alemãs
 FONTE: Meredith, Schewe e Karlovich, 2002

Algumas características específicas apontadas pelos autores, que sustentam diferenças das gerações americanas analisadas no capítulo anterior em relação às gerações/coortes alemãs são:

- O coorte dos Oportunistas e Seguidores passou a maior parte de sua juventude, durante a Segunda Guerra, como seguidores da Juventude Hitlerista. Posteriormente, tiveram forte relação com a hierarquia e assumiram posições de liderança e alta

responsabilidade. Com o fim da guerra, surgiu um sentimento de desilusão e culpa. Mantiveram seu senso de dever e apreço pelo trabalho duro, mas perderam seu patriotismo.

- O coorte Pós Segunda Guerra enfrentou as privações de uma economia destruída e milhões de mortos ou desaparecidos. Passaram a valorizar a família, a austeridade e o conservadorismo.

Já na Rússia, as gerações/coortes foram distribuídas da seguinte forma:

Coorte	Nascimento	Pico de preferência
Coletivização	1912-1923	1929-1940
Guerra Patriótica (II)	1924-1936	1941-1953
Degelo	1937-1952	1954-1969
Estagnação	1953-1968	1970-1985
Perestroika	1969-1974	1986-1991
Pós URSS	1975-hoje	1992-hoje

Tabela 3: Coortes Russos

FONTE: Meredith, Schewe e Karlovich, 2002

Uma diferença observada pelos autores está relacionada ao coorte da Perestroika que, apesar de ter vivido no mesmo período da Geração X norte americana, tem um envolvimento político bastante superior ao de seus pares. Esse comportamento se justifica pelo fato de terem participado ativamente dos movimentos pela liberalização da Rússia,

Meredith, Schewe e Karlovich acreditam que, em função das tecnologias de comunicação, dos transportes e da globalização, há um processo de internacionalização, tornando as gerações mais semelhantes ao redor do mundo. Para eles, as gerações mais novas tendem a se comportar de forma mais uniforme. No entanto, afirmam que os eventos cuja repercussão é local ainda exercem forte influência na diferenciação das gerações entre países.

2.7. Gerações brasileiras

Esse tópico tem por objetivo descrever o perfil das gerações brasileiras.

Com base na teoria de coortes, Motta, Rossi e Schewe (2002) e, posteriormente, Rossi (2003) conduziram análises que levaram à classificação das gerações brasileiras. Quando comparados aos estudos norte americanos, as gerações brasileiras apresentam semelhanças e diferenças. Isso é esperado, uma vez que a série de movimentos comuns a todo o planeta, principalmente ao mundo ocidental, faz com que pessoas que dividem um mesmo momento

tenham experiências semelhantes. No entanto, a influência de eventos localizados também se faz claramente presente no Brasil. Além disso, características, crenças e posturas específicas regionais podem mudar a percepção de acontecimentos mundiais.

A Tabela 4 mostra os coortes levantados por Motta, Rossi e Schewe (2002):

Coorte	Nascimento	Pico de preferência
Era Vargas	1910-1925	1930-1945
Pós Guerra	1926-1934	1946-1954
Otimismo	1935-1947	1955-1967
Anos de Ferro	1948-1959	1968-1979
Década Perdida	1960-1971	1980-1991
Cada um Por Si	1972-hoje	1992-hoje

Tabela 4: Coortes de Rossi, Motta e Schewe
 FONTE: Motta, Rossi e Schewe, 2002

A Era Vargas (período formativo entre 1930 e 1945): O nome desse coorte inspira-se em Getúlio Vargas, líder carismático que governou o país com mãos de ferro entre dois golpes de estado e duas Constituições. Em função de propaganda insistente e tendenciosa, sempre com o objetivo de autopromoção do presidente e exaltação de valores nacionais, os indivíduos desse coorte desenvolveram um forte culto ao nacionalismo, bem como a percepção de que o Estado seria a solução para todas as questões nacionais. Em geral, as pessoas pertencentes a esse coorte são conservadoras, religiosas, simples e caseiras.

Pós Guerra (período formativo entre 1946 e 1954): Uma forte onda de moralismo varreu o país nesse período e família, igreja e casamento eram as instituições mais valorizadas. Divórcio e jogo eram proibidos, sob a alegação de que a tradição moral, jurídica e religiosa da nação era contra estas práticas. A volta ao liberalismo e o nascente desejo por consumo de bens levou o “ter” a prevalecer sobre o “ser”. Três atributos melhor descrevem as pessoas desse coorte hoje: bondade, hospitalidade e sentimentalismo.

Otimismo (período formativo entre 1955 e 1967): Diferentes cenários que se uniram pela esperança e crença de que o Brasil era o “país do futuro” formaram esse coorte com características fascinantes, tais como uma liberdade política sem precedentes, maiores salários, rápida industrialização, e um clima de euforia. A classe média identificou-se com a juventude e a orientação liberal do então presidente da república, Juscelino Kubitschek, que, por sua vez, tirando vantagem do sentimento de nacionalismo crescente, introduziu a noção de

sacrifício. Em resumo, este coorte testemunhou a transformação do conceito de democracia no conceito de rejeição radical à desordem. Por conseguinte, seus principais valores são: otimismo, aversão à desordem e aceitação de sacrifício.

Anos de Ferro (período formativo entre 1968 e 1979): Este coorte é definido por um período de transição no Brasil. Os militares assumiram o comando com a missão de trazer a ordem e a segurança econômica e o povo apoiou o Golpe Militar sem imaginar o porvir. Imaginava que tudo se ajeitaria e tinha a noção de que os militares só formariam um governo de exceção por pouco tempo para livrar o país da ameaça do comunismo e da corrupção. Contudo, após um início relativamente pacífico, as Forças Armadas foram endurecendo. O país foi se fechando. Por meio de atos institucionais, o Governo foi acabando com a liberdade de expressão no país e tornou-se impositivo e violento, gerando um regime de terror, perseguição e delação e rompendo a harmonia do relacionamento interpessoal. Os padrões morais e éticos enfraqueceram. Era a ditadura militar. A censura estava em todos os setores da cultura. Havia tortura tanto na classe alta como na classe média, mas essa era abafada pelos meios de comunicação e ignorada pela maioria da população. Somente a Igreja era a voz dos que não tinham mais voz. Imperavam o cinismo e a ideologia de “levar vantagem em tudo”. O povo parecia anestesiado. Por outro lado, a liberação dos costumes permitia o uso do apelo erótico, que se tornou bastante utilizado nos anúncios. Os comerciais também ficaram mais ousados e eficientes. Houve uma valorização do jovem. Economicamente o país crescia a taxas surpreendentes, havia muita oferta de empregos e muitos brasileiros estavam enriquecendo. Foi a fase do milagre brasileiro, a época da grande urbanização do Brasil com um grande aumento das exportações e importações e ainda uma expansão do sistema educacional.

Década Perdida (período formativo entre 1980 e 1991): Este coorte corresponde ao período de redemocratização do país. É a época de anistia e da luta pela cidadania. O regime militar ainda vigorava, mas já começavam a surgir movimentos reivindicando a abertura política. Aos poucos, a censura ia arrefecendo. Nos anos anteriores, o país tinha crescido vertiginosamente, mas havia um preço a pagar por isso: uma inflação devastadora. A inflação era tema de conversa em todas as camadas da população e motivo de inúmeros planos econômicos. Foi uma fase rica — tanto em idéias econômicas quanto em fracassos também. A cada plano, uma esperança; pouco depois, a frustração. Esse período trouxe a abertura política, mas a frustração surgiu também no

campo político. A leva de manifestantes que inundou as ruas do Rio de Janeiro em 1984, em prol do movimento das Diretas-Já e depositando confiança no papel dos políticos, sentiu-se traída com o contínuo surgimento na imprensa de casos de corrupção no Congresso. A descrença na classe política foi crescendo no país. A juventude não podia mais ser definida como tão contestadora quanto a do coorte anterior. No lugar da utopia socialista, surgiu o pragmatismo e o individualismo exacerbado dos *yuppies*. Chegava a era do materialismo. O uso das drogas teve, então, seu período de expansão, usadas como meio para abrir caminho em um mundo que endeusava o sucesso pessoal. A proliferação das drogas trouxe outro agravante à violência instalada. O poder dos traficantes alcançou níveis alarmantes, o que fez aumentar a insegurança da população. Surgiu o medo de sair às ruas, pois, com os traficantes, vieram as balas perdidas. Sem esperança de dias melhores, crescia o medo e a sensação de desamparo entre a população. A busca por uma saída trouxe o aumento do número de seitas religiosas e a crescente onda esotérica, bem como de auto-ajuda. Neste período, também, ocorreu uma forte mudança nos padrões de comportamento da sociedade. A razão disso foi o surgimento da AIDS, que provocou um pânico generalizado na sociedade que, naquela época, não detinha informações adequadas sobre a doença e passou a adotar um comportamento conservador. Esse era mais um motivo para a crescente sensação de medo instalada no país. Por outro lado, surgiram os debates sobre sexo e aumentou a preocupação com a saúde em termos gerais. Surgiu também a consciência ecológica, com a valorização da natureza e seus benefícios.

Cada Um Por Si (período formativo a partir de 1992): Este coorte ainda está em processo de definição, mas já esboça algumas características marcantes, como a reação ao *status quo* e a luta pela punição à corrupção no Governo. Exemplo desse comportamento é o *impeachment* do Presidente Collor, representando uma tentativa de recuperar os valores éticos e morais. Contudo, não esperam mais que o Estado seja a solução dos problemas. O lema é “cada um por si”. Por outro lado, a era Collor trouxe a abertura das importações e o Brasil pôde, finalmente, entrar na era da globalização. Mas a volta ao consumismo também deu lugar ao consumerismo. A sedução do consumo é enorme, influenciada pelos meios de comunicação, que padronizaram o modelo de consumo de forma barata. A ameaça da inflação parece ter desaparecido com o Plano Real e surgiu uma época de estabilidade monetária. Contudo, a fase agora é a do emprego informal e da perda da estabilidade do emprego.

Como tentativa de combater as altas taxas de desemprego e reduzir os gastos com salários, encargos sociais e benefícios trabalhistas, surge a onda da terceirização e das privatizações. A juventude demonstra um total desinteresse pela política. Não há a preocupação ideológica de participar do processo eleitoral, mas sim uma fuga da responsabilidade pelos destinos da nação. E há uma descrença no poder da autoridade policial. Essa juventude é caracterizada nas grandes cidades como a “geração *shopping center*”, que tem medo do que não é seguro, que se sente atraída pela vida virtual e que começa a ser chamada de geração digital.

2.8.A memória coletiva no Brasil

O levantamento dos eventos definidores das gerações brasileiras baseou-se em trabalhos de Meredith; Schewe & Karlovich (2002) e Motta, Rossi & Schewe (2002). Os resultados foram obtidos apenas para as três últimas gerações, que correspondem a aproximadamente metade da população brasileira.

Motta, Rossi e Valente (2009) sintetizaram a Tabela 5, adaptada de Rossi (2003), que associa as citações dos eventos à geração do entrevistado. Estão relacionadas na Tabela 5 as distribuições de frequências dos eventos. A tabela mostra apenas os percentuais de respostas que receberam pelo menos 35% de indicações.

Evento	Citações		
	Anos de Ferro	Década Perdida	Cada Um Por Si
Implantação do Ato Institucional nº 5 (AI-5) - 1978	51%		
Crise do Petróleo de 1979	44%		
Movimento das Diretas Já - 1984	41%	41%	
Fim do Regime Militar Brasileiro - 1985	57%		
Morte de Tancredo Neves - 1985	44%	43%	
Criação da www (Internet) - 1990			43%
Impeachment de Fernando Collor de Mello - 1992		35%	38%
Criação do Telefone Celular - 1995			42%
Desvalorização do Real - 1999			43%
Eleição do Lula - 2002			40%

Tabela 5: Associação de eventos e citações
 FONTE: Motta, Rossi e Valente, 2009

Observa-se na Tabela 5 que os eventos citados mais frequentemente acompanham claramente a idade do respondente. Há uma forte tendência no sentido de apontar como mais importantes eventos que ocorreram durante a adolescência do indivíduo. A Figura 8 mostra que eventos mais citados ocorreram no período de entrada na fase adulta das três gerações, o que confirma a importância que eventos vivenciados adquirem quando comparados a eventos “aprendidos”:

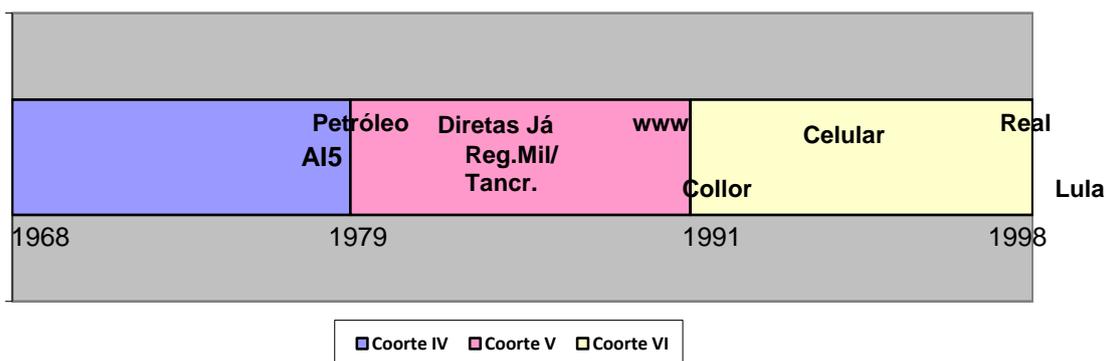


Figura 8: Períodos ocorridos: eventos mais citados
 FONTE: Motta, Rossi e Valente, 2009

No entanto, alguns dos eventos merecem atenção especial.

O primeiro é o surgimento da Internet. Apesar de ter surgido em 1990, a Internet é citada com maior frequência pelos indivíduos do coorte “Cada Um Por Si”. Isso ocorreu porque o surgimento da Internet é um processo, não um evento e significa que, de forma diferente dos demais eventos citados, a Internet, em vez de ter data precisa, é um processo que teve início em torno de 1990. No entanto, apesar de ter se iniciado nesse momento, sua expansão só começou na segunda metade da década de 90. Entre 1984 e 1992, permaneceu no Brasil a Política Nacional de Informática, cujo objetivo era, pela reserva do mercado de informática brasileiro para exploração exclusiva de empresas nacionais, desenvolver a indústria local de informática. Na verdade, essa política teve como resultado o atraso da informatização do país e, como consequência, da expansão da Internet. Além disso, a privatização das empresas de telecomunicações, ocorrida a partir 1998, propiciou forte expansão do setor, que até então era controlado pelo Estado. Foi só então que o acesso à telefonia no Brasil não só se expandiu como teve grande melhora em sua qualidade, proporcionando formas mais eficientes de acesso à Internet. Portanto, quanto a essa questão, pode-se concluir que a Internet só começou a se expandir no

Brasil depois da década de 1990. A Fundação Getúlio Vargas afirma que, em 2001, 12,46% da população brasileira dispunha de acessos em seus lares a computadores, enquanto apenas 8,31% tinham acesso à Internet.¹⁶ Hoje, segundo dados do Serpro, 24% dos lares brasileiros possuem computador e 17%, acesso à Internet¹⁷, o que mostra o rápido crescimento desse setor na vida do brasileiro apenas na última década.

Eventos recentes, como a eleição do Presidente Lula, acontecida em 2002, cuja posse foi em janeiro de 2003 e a desvalorização do real, ocorrida em 1999, merecem também um olhar mais crítico. A proximidade do evento com o período de coleta dos dados (2003) maximiza as citações encontradas. Schuman e Rodgers (2003) usam o termo “esquecimento coletivo” ao falar e eventos como Guerra do Vietnã e assassinato do Presidente Kennedy.

2.9. Estudos sobre geração Y no Brasil

Quanto aos estudos a respeito da geração Y no Brasil, eles se dividem em trabalhos acadêmicos e pesquisas por institutos.

Os trabalhos acadêmicos costumam adotar, prioritariamente, as classificações norte-americanas para gerações (Krüger e Cruz, 2007; Fernandes, 2006; Spizzirri, 2008; Simões, 2008; Pereira, 2006). Suas avaliações do comportamento da geração Y costumam seguir a linha de Tapscott (1999), que define essa geração em função do fato de terem nascido em meio aos avanços tecnológicos, em especial à internet – por isso, Tapscott os denomina Geração Digital.

Suas áreas de interesse são voltadas, na maioria das vezes, para a avaliação de aspectos profissionais, tais como seu comportamento nas empresas e expectativas em relação a trabalho e carreira; sua relação com a internet / tecnologia; e a área de educação sob a influência da internet. A seguir, a relação de alguns dos trabalhos conduzidos no Brasil que foram levantados por esse estudo, organizados por área de interesse:

¹⁶ <http://www.examenews.com/tecnologia/noticias/fgv-computador-atinge-12-46-da-populacao-brasileira-e-a-internet-8-31-m0076308>

¹⁷ <http://www.serpro.gov.br/serpronamidia/computadores-estao-em-24-dos-lares-brasileiros/>

Aspectos profissionais:

- Veloso, Dutra e Nakata (2008) investigam a percepção de carreiras inteligentes para cada geração – *Baby Boomers*, X e Y. Seus resultados apontam para uma semelhança de visões e expectativas entre as gerações X e Y, em comparação aos *Baby Boomers*. Concluem que a geração Y tende a se sentir mais estimulada por desafios oferecidos pela empresa e a buscar novos conhecimentos fora da empresa.
- Portes (2009) avalia o estilo de liderança dessa geração e conclui que é inovador, criativo, informal, tecnológico e impaciente.
- Coimbra (2001) compara profissionais de empresas tradicionais entre 20 e 24 anos com os que trabalham em empresas ponto.com e encontra resultados semelhantes a Portes, acrescentando a facilidade dessa geração para trabalhar em equipe.
- Vasconcelos et al. (2009) concluem que a geração Y capixaba prioriza trabalhos que conciliem necessidades pessoais, familiares e da carreira, buscando também no trabalho desafio de diversão.
- Foja (2009) entrevista cinco profissionais entre 26 e 30 anos e verifica que todos tiveram forte influência da família na educação. Esses profissionais também priorizam desafios, justiça e ambiente favorável nas suas opções de trabalho.

Relação com a Internet / tecnologia:

- Krüger e Cruz (2007) avaliam a geração Y tendo em vista o jogo “The Sims”. Os autores destacam pontos em comum entre aspectos do jogo – diversidade de estilos, simulacros, realidade virtual – às demandas dessa geração.
- Em um estudo também relacionado a jogos virtuais, Ilha e Cruz (2006) descrevem uma experiência realizada junto a alunos do Ensino Médio na qual professores planejaram algumas aulas com auxílio do jogo “Sim City 4”. Os autores observaram maior envolvimento dos alunos em sala de aula quando os jogos foram introduzidos.

- Ferreira (2010), em sua dissertação sobre jogos, gênero, geração Y e comportamento social, afirma que essa geração usa a internet, principalmente, para comunicação com outras pessoas, atividades de lazer e aprendizado. A autora conclui que as pessoas da geração Y atribuem grande importância ao relacionamento com os amigos e dão preferência à ação coletiva em detrimento da individual.
- Barcelos (2010), em sua dissertação de mestrado sobre uso de mídias eletrônicas por pessoas entre 13 e 17 anos, conclui que a conectividade, para eles, tem um sentido de relacionamento (proximidade constante e instantaneidade no contato com os amigos), entretenimento (jogos eletrônicos) e auto-expressão (blogs). Sua pesquisa avalia também a dependência desses meios pelos adolescentes, o conseqüente distanciamento percebido nas relações e as preocupações dos adolescentes com privacidade.
- Spizzirri (2008) fala do universo virtual na vida dos adolescentes, do hedonismo, das relações familiares e sociais. Aponta para a constante conectividade dessa geração e a velocidade a que estão acostumados. A autora também levanta a questão do narcisismo e da superexposição, bem como a adoção dos relacionamentos virtuais através das redes sociais.
- Fernandes (2006) discute os aspectos teóricos a respeito da utilização de celulares por adolescentes – personalização, *status* e contato com amigos.

Educação sob a influência da Internet:

- Simões e Gouveia (2009) fazem uma sinopse de abordagens de autores diversos a respeito da “geração net” e a influência da Web 2.0 no ensino superior.
- Silva (2009) avalia as mudanças influenciadas pelo uso da Internet na socialização dos alunos, de acordo com a visão dos professores. Os professores entrevistados destacam como pontos positivos: maiores habilidades comunicativas, descoberta de habilidades específicas, partilha do saber / cooperação, ampliação da visão de mundo e maior permanência em casa. Os pontos negativos são práticas ilícitas na rede (plágio, por exemplo), exposição demasiada, incorporação em massa de culturas estrangeiras, menor interesse por conhecimentos

científicos / realidade social, exortação de personalidades, interesse descompromissado na vida do outro, vício na rede e experiências afetivas virtuais.

Outros estudos:

- Pereira, Almeida e Laux (2006), em seu estudo sobre imagem da marca Coca-Cola junto às gerações X e Y, mencionam pesquisa conduzida no Brasil em 2002 com pessoas entre 18 e 25 anos. Em relação à geração Y, essa pesquisa constatou que essas pessoas compartilham a preocupação com a competitividade no mercado de trabalho e o consumismo.
- Lemos (2009) avalia diversas publicações da mídia brasileira a respeito da geração Y, chamada por ele de geração digital. Suas conclusões apontam para a ênfase no domínio da tecnologia (e os riscos associados à sua utilização), a alta velocidade / simultaneidade com que conduzem suas atividades do dia a dia e seu imediatismo.
- Castro (2008) propõe uma análise para verificar diferenças psicográficas entre pessoas de 14 a 41 anos. O autor divide a amostra em três grupos distintos: 14-19, 20-25 e 26-41 e, com base em extenso questionário, avalia diferenças entre elas. Ele conclui que os mais novos parecem mais criativos e os mais velhos, mais conservadores. O autor também sugere uma idade de corte que distingue os respondentes em dois grupos. Essa idade é 25 anos. Como o próprio autor observa, esse ponto de corte – 25 anos – é recorrente na literatura, podendo não representar uma diferença de gerações, mas sim de fases de vida.
- Motta, Rossi e Valente (2009) levantaram as experiências negativas relacionadas a essa nova geração e as dividiram em quatro grupos. Os autores avaliam a possibilidade de a nova geração entrar na vida adulta enfrentando restrições de consumo, que podem gerar novos valores para auto-realização, como mostra o Quadro 10:

Experiências Negativas no Ambiente Atual	Valores Compartilhados da Geração em Crescimento	Valores Fixados para a Vida
<ul style="list-style-type: none"> ▪Falências Corporativas ▪Falências Individuais ▪Fracassos Bancários 	<ul style="list-style-type: none"> ▪Investir é perigoso ▪Todo endividamento é reprovável ▪Medo de inovação ▪Conservadorismo conflitando com o empreendedorismo 	<p style="text-align: center;">AVERSÃO AO RISCO</p>
<ul style="list-style-type: none"> ▪Recessão ▪Fracassos dos Planos de Pensão ▪Baixa Perspectiva de Sucesso ▪Perdas de Empregos/Subempregos 	<ul style="list-style-type: none"> ▪Sentimento de desproteção ▪Supervalorização da comunidade / família ▪Soluções governamentais ▪Cooperação do grupo / time 	<p style="text-align: center;">PROTEÇÃO GOVERNAMENTAL</p>
<ul style="list-style-type: none"> ▪Dívida Substancial ▪Consumo Excessivo ▪Gastos Excessivos 	<ul style="list-style-type: none"> ▪Desdém por marcas de luxo ▪Contenção de gastos ▪Consumo restrito a produtos indispensáveis ▪Viver com os próprios meios 	<p style="text-align: center;">CONSUMO RESTRITO</p>
<ul style="list-style-type: none"> ▪Falta de Ética nos Negócios ▪Falta de Ética no Governo ▪Falta de Conexões Sociais 	<ul style="list-style-type: none"> ▪Significado do trabalho ▪Integridade e honestidade ▪Rejeição do individualismo ▪Simplicidade na vida 	<p style="text-align: center;">SENSO DE PROPÓSITO</p>

Quadro 10: Comportamentos do Novo Coorte Potencial

FONTE: Motta, Rossi e Valente, 2009

A outra fonte de informação sobre a geração Y no Brasil são institutos e agências específicos. Esse trabalho teve acesso a duas edições do Dossiê Universo Jovem – Edições 4 e 5 – conduzidas pela MTV. A Edição 4, conduzida em 2004 junto a 2.539 homens e mulheres das classes A, B e C entre 15 e 30 anos, revelou os seguintes principais resultados:

- Em comparação a 1999 (quando foi conduzida a primeira edição da pesquisa), a posse de celular saltou de 19% para 71%, a de computador de 22% para 46% e o acesso à Internet, de 15% para 66%.
- 37% declararam que a principal característica de sua geração é “ser vaidosa / preocupada demais com a aparência” e 60% acreditam que as pessoas mais bonitas têm mais oportunidades na vida.
- Sua maior preocupação são as drogas e 94% acham que estão mais acessíveis do que antes.
- Embora o relacionamento com os pais seja descrito como bom, existe a percepção de pais ausentes e de liberdade excessiva

- Novos arranjos familiares são identificados – famílias homossexuais e famílias com filhos de outros casamentos
- As redes sociais são vistas como um espaço para exposição da vida pessoal, onde também se checa a própria popularidade
- O comportamento sexual dessa geração tende ao descompromisso – 53% já “ficaram” com mais de uma pessoa na mesma noite.

A Edição 5 foi conduzida em 2008 junto a 2.579 pessoas entre 12 e 30 anos, das classes A, B e C. As análises comparativas incluíram apenas as pessoas entre 15 e 30 anos. As principais constatações são:

- 97% ainda moram com a família e 73% declaram ter boa relação com os pais. Metade não tem pai e mãe morando juntos.
- Três em cada dez buscam o sucesso financeiro a qualquer custo.
- Vaidade, consumismo e acomodação são os principais atributos que usam para definir sua geração, além de independente, impaciente, estressada, individualista, bem informada e ousada,
- 78% valorizam a fidelidade e 58% sonham com um relacionamento estável.
- 74% têm celular, 86% acessam a Internet e oito em cada dez fazem parte de alguma comunidade virtual.
- Sua maior preocupação atual é a violência, mas, quando falam de futuro, essa preocupação transfere-se para o meio ambiente.

2.10. Individualismo

Uma vez descritas as características e apresentados os estudos sobre a geração Y, a partir desse ponto, o capítulo dedica-se à avaliação teórica do individualismo.

2.10.1. Evolução da teoria do individualismo

A origem do conceito de individualismo é atribuída por alguns autores à Grécia Antiga. Outros a atribuem ao Renascimento e outros, ainda, à Revolução Burguesa (Ver Han e Shavitt, 1994). Gelfand, Triandis e Chan (1996) afirmam que filósofos políticos dos séculos XVIII e XIX foram os primeiros a expressar

idéias de individualismo, coletivismo e autoritarismo. Para esses filósofos, individualismo é quase sinônimo de liberalismo, incluindo máxima liberdade do indivíduo, grupos voluntários – onde é permitido unir-se a eles ou abandoná-los à vontade – e participação igual dos indivíduos no grupo.

Segundo Watson e Morris (2002), Alex de Tocqueville, intelectual francês do século XIX, forjou o termo individualismo. Tocqueville teria usado esse termo ao se referir à democracia norte-americana, a fim de contrastá-la com as estruturas aristocráticas tradicionais da Europa. O intelectual foi o primeiro a se preocupar com seus efeitos na vida social. Para ele, a democracia estaria fadada ao insucesso, uma vez que remeteria à desordem e ao posterior controle do governo central, que se faria necessário para restabelecer a sociedade. Para Tocqueville, a evolução política dar-se-ia da seguinte forma:

Democracia -> igualdade -> individualismo -> egoísmo -> desordem -> necessidade de controle pelo governo central -> tirania -> revolução democrática -> democracia.

Segundo Gelfand, Triandis e Chan (1996), Tocqueville foi o primeiro intelectual a falar de individualismo no nível individual, diferenciando-o do conceito de egoísmo. Para ele, egoísmo é definido como amor exagerado por si, pelo qual o indivíduo conecta tudo a si e se prefere a tudo, diferentemente do individualismo, no qual o foco é a liberdade individual. Apesar disso, acreditava que ambos andam juntos e temia que o egoísmo fosse a fase final do individualismo, destruindo sua origem.

Segundo Watson e Morris (2002), com o fim do Feudalismo e o começo da Revolução Francesa, a estrutura intermediária entre indivíduos e governo central desaparece. Por consequência, os indivíduos tornam-se mais isolados e menos integrados à sociedade. Esse movimento pode ser denominado atomização da vida social, uma vez que cada indivíduo passa a ser uma unidade em si.

No final do século XIX e começo do século XX, Georg Simmel atribui ao individualismo uma abordagem financeira. Simmel vê o homem moderno ativo no mundo e descreve sua dinâmica da seguinte forma: ele busca dinheiro, pois é por meio dele que acredita ser possível realizar os desejos que conduzem à felicidade. Para o autor, a felicidade é representada por liberdade e individualidade. Ele contrasta a economia da Idade Média, em que vigora a

antiga individualidade baseada na aparência, com a economia do Humanismo, onde o valor está na razão e na busca da liberdade (Neubert, 2009).

Simmel afirma que, quando as transações dependiam de poucos fornecedores, esses eram individualizados. Com a evolução da sociedade e sua conseqüente maior complexidade, as transações deixam de depender de um só fornecedor para passar a depender de muitos fornecedores, que se tornam permutáveis entre si (Cavalcante, 2004). Para Simmel, o individualismo é uma conseqüência da anonimidade e do desinteresse pela individualidade do outro. Ele define essa relação como baseada no conceito de *homem genérico*, pelo qual o outro deixa de ter uma identidade específica para se tornar a contraparte de uma relação.

Para Simmel, o individualismo representa a liberação das relações sociais estreitas e provincianas, mas que, em contrapartida, oferecem segurança aos indivíduos por serem poucos participantes (Helle, 2008). Dessa forma, o individualismo diminui a importância das trocas individuais e faz crescer o sentimento de estar aliado a todos no mundo em qualquer lugar. Portanto, a concorrência deixa de ser um comportamento econômico para se tornar a expressão do individualismo.

A teoria de Simmel teve duas fases (Jardim, 2004; Podoksik, 2010). Na primeira fase, busca-se e se enfatiza a independência entre os indivíduos e a razão rege os valores. A unidade da sociedade é o homem genérico e abstrato, constituído com base na igualdade. Essa é a fase denominada *individualismo quantitativo*.

Na segunda fase, que resulta da igualdade conquistada na primeira, passa-se a buscar distinção, só que internamente. Nesse momento, cada indivíduo procura se tornar um ser único, singular. Essa identidade singular é conquistada por uma combinação única de forças, causada pelo pertencimento a vários grupos e círculos sociais distintos. Na verdade, esse pensamento é equivalente ao estudo de átomos, que se encontrava em desenvolvimento, na época, na Alemanha – país de origem de Simmel. A semelhança com a teoria dos átomos reside em que, em ambos os casos, cada elemento é uma conseqüência de combinações únicas de moléculas comuns. Essa fase é denominada *Individualismo qualitativo*.

Em 1930, Dewey também define duas fases do individualismo, semelhantes às de Simmel: o velho individualismo e o novo individualismo. A

primeira delas representa a liberação das restrições religiosas e legais, enquanto a segunda estaria voltada para o auto-cultivo (Gelfand, Triandis e Chan, 1996).

No fim dos anos 60, Spencer discute prevalência entre sociedade e indivíduo e conclui que, como a sociedade deriva do indivíduo, o indivíduo deve prevalecer (Zafirovski, 2000). Ainda segundo ele, para o indivíduo existir tem que haver liberdade de pensamento e ação e, uma vez que a existência da sociedade depende do indivíduo, essa então é composta por ações, escolhas e direitos de indivíduos livres. Portanto, para o autor, liberdade é considerada pré-requisito para a vida em sociedade. A sobrevivência da sociedade está garantida no fato de que, como os impulsos de liberdade individual geram atrações e repulsas, estes se encarregam de balancear a estabilidade social. O autor considera que a evolução e o progresso social são representados pelo processo em direção ao desenvolvimento da individualidade. Na verdade, ele pressupõe que não há prosperidade da sociedade sem prosperidade dos indivíduos.

Na primeira metade do século XX, Dumont (1985) desenvolve sua abordagem, inicialmente religiosa. Com base em seus estudos na Índia, ele contrasta o individualismo com o holismo. Para ele, o individualismo está relacionado à afluência, modernidade, igualdade e liberdade e valoriza o indivíduo como sujeito moral, independente e autônomo, emancipado do social (Dumont, 1985). Ele aproxima sua definição de individualismo do protestantismo e da filosofia calvinista: a salvação ligada à ação do homem no mundo – para o calvinista, o sucesso mundano indica sucesso espiritual (Fonseca, 2009).

Já o holismo está associado às sociedades tradicionais e à Igreja. Segundo Dumont, o holismo valoriza, prioritariamente, a sociedade. Stolcke (2001) afirma que Dumont põe em perspectiva o individualismo ocidental e o sistema de castas da Índia, onde observa a submissão dos desejos de cada membro a uma hierarquia religiosa, cuja ordem normativa atribui valor supremo à totalidade social sobre o indivíduo.

Dumont (1985) define a transição *indivíduo-no-mundo* para *indivíduo-fora-do-mundo*. O autor afirma que, na Índia, o renunciante, ou seja, aquele que busca autonomia e independência, é o *indivíduo-fora-do-mundo*. Ele observa que os renunciantes se baseiam no abandono do mundo e de suas correspondentes restrições e partem em busca de uma elevação espiritual. O autor exemplifica sua definição de *indivíduo-fora-do-mundo* através de Sidarta Gautama, que abandonou sua esposa e filho para buscar sabedoria. No

individualismo moderno, a necessidade de impor singularidade, a busca de liberdade, singularidade e a auto-responsabilidade seguem os moldes do renunciante. A diferença é que essa busca deixou de fazer parte da realidade do *indivíduo-fora-do-mundo* para representar o movimento e a estrutura de valores de toda a sociedade ocidental (Dumont, 1985; Jardim, 2004).

Nos anos 80, Hofstede (1980) popularizou o conceito de individualismo/coletivismo ao publicar o primeiro estudo empírico para identificar essas dimensões. Sua pesquisa foi conduzida junto a empregados da IBM em 53 países diferentes e levantou quatro dimensões de valores: distância hierárquica ou do poder, individualismo X coletivismo, feminilidade X masculinidade e aversão à incerteza.

A partir do começo dos anos 90, Triandis e associados impulsionam o estudo do individualismo/coletivismo, aprofundando aspectos conceituais e metodológicos. A ampliação dos estudos conduzida por esses autores inclui a dimensão social e individual. Para a dimensão individual, decidiram utilizar as denominações de idiocentrismo (equivalente ao individualismo) e alocentrismo (equivalente ao coletivismo), para fins de distinção da dimensão social (Triandis et al. 1995).

No nível social, individualismo e coletivismo são extremos da mesma dimensão. No nível individual, o idiocentrismo e o alocentrismo podem e costumam ser encontrados no mesmo indivíduo, em graus diferentes. Na verdade, a mesma pessoa pode ter alto ou baixo grau de ambos. Muitas vezes, as duas características se manifestam em situações ou momentos diferentes (Triandis, 2001, Triandis et al, 1995).

2.10.2. Individualismo X coletivismo

Em sociedades individualistas, a unidade básica de sobrevivência é o *self*, enquanto nas coletivistas, ela está em um ou vários grupos. Nesse caso, o *self* é definido em termos do pertencimento ao grupo – o indivíduo é reconhecido como parte inseparável do grupo (Gelfand, Triandis e Chan, 1996).

Identificado com as sociedades européias e com a sociedade norte-americana, o individualismo tem por princípio a liberdade, a independência, a competitividade, a autoconfiança e o hedonismo. No individualismo, as pessoas preocupam-se em sentir-se bem consigo e, para esse objetivo, desenvolvem

uma identidade independente, priorizando o próprio interesse, independentemente das demandas sociais. Nesse contexto, o indivíduo quer ser único. Ele valoriza o êxito, definindo-se com base em características e conquistas pessoais.

Em geral, no individualismo, as pessoas pertencem a diversos grupos e mantêm uma distância emocional destes. Em última instância, sua obrigação é com a sociedade como um todo, não com grupos específicos. O mais importante a ser destacado nessa questão é que, no individualismo, não há, necessariamente, uma necessidade de isolamento do indivíduo. O que muda é a forma de relacionamento. A partir do momento em que a pessoa tem acesso a diversos grupos, ela se permite maiores possibilidades de escolha e, portanto, menor dependência de cada grupo específico. Segundo Triandis e Eunkook (2002), mesmo os grupos recreacionais individualistas são diferentes dos coletivistas, uma vez que os primeiros estão em constante mudança – através da entrada e saída de seus membros – enquanto os últimos tendem a ser fixos.

Autores (Triandis, 1994; Triandis e Eunkook, 2002; Neubert, 2009) afirmam que, quanto mais complexo o ambiente, mais as pessoas querem exercer escolhas e mais individualista elas tendem a ser. Um exemplo que reforça essa afirmativa é o papel mais decisivo que fatores emocionais (amor, por exemplo) têm nas decisões pessoais em culturas individualistas (Schooler, 1998; Fiske, 2002).

Em resumo, para os individualistas, o indivíduo é fixo e o ambiente é mutável. Isso significa afirmar que as atitudes, a personalidade e os direitos do indivíduo não são maleáveis, enquanto as relações, o emprego e as diversas atividades exercidas podem mudar de acordo com a conveniência pessoal (Triandis e Eunkook, 2002).

Já o coletivismo, identificado por Triandis e Eunkook (2002) com as sociedades asiáticas, africanas e sul-americanas, considera o grupo mais importante do que a pessoa. Tem por princípio a cooperação, a lealdade, o comprometimento, a reciprocidade (muitas vezes, favores). Nesse contexto, as pessoas valorizam a interdependência, a sociabilidade e a integração familiar e tendem a não distinguir objetivos do grupo dos pessoais.

Em geral, percebem as pessoas do seu grupo homogêneas entre si, enquanto sentem-se distantes e diferentes dos que estão fora do grupo (Ver Han e Shavitt, 1994). Em sociedades coletivistas, as pessoas costumam pertencer a

menos grupos. No entanto, esses grupos duram mais e é mais difícil fazer parte de um deles. Dessa forma, os indivíduos sentem que suas obrigações estão relacionadas a poucas pessoas. Costumam, portanto, desenvolver relações íntimas e duradouras. Sua ênfase recai nas similaridades do grupo.

Como sua principal preocupação é manter as relações, costumam preferir buscar a harmonia à competitividade, resolvendo os conflitos sem quebrar as relações.

Em resumo, para os coletivistas, o ambiente é fixo e o indivíduo, mutável, ou seja, o indivíduo deve se adaptar ao grupo, cujas normas são vistas como fixas e obrigatórias. Nesse caso, a pessoa torna-se maleável, colocando seus interesses e comportamentos subordinados aos do grupo como um todo.

Ao estender os conceitos de individualismo e coletivismo para o nível individual, Triandis (1995) apontou como as diferenças básicas entre idiocêntricos e allocêntricos as seguintes características e comportamentos:

- Auto conceito de independente X dependente
- Prioridade para objetivos pessoais X comunitários
- Foco em atitude, necessidades pessoais, direitos e contratos X em normas, obrigações e deveres
- Análise de custo/benefício das relações X ênfase em manter relações.

Schwartz (1992) conduziu pesquisa em vinte países diferentes para identificar atributos relacionados a coletivismo/individualismo. O autor constatou que alguns valores como “aproveitar a vida”, “prazer”, “escolher os próprios objetivos”, “ter a mente aberta” e “distanciamento” estão associados ao individualismo, enquanto “reciprocidade de favores”, “segurança familiar”, “respeito aos pais e aos mais velhos” e “respeito pelas tradições” refletem o pensamento coletivista.

Cavalcante (2004) afirma que o individualismo é uma realidade da sociedade atual, pois há cada vez mais cultivo dos anseios e da realização de projetos de vida individuais. Segundo ela, para que esses projetos se realizem, é necessário se individualizar.

Para Jardim (2004), a singularidade era enfatizada no passado como modo de distinção. Hoje, o capitalismo dita os moldes e, por conseqüência, a pessoa singular sofre com o preconceito da sociedade, que, contraditoriamente,

se diz defensora da liberdade e da singularidade. Para o autor, no mundo moderno e consumista, quem quer ser livre de tudo é tido como louco.

Fromm, outro crítico do homem-consumidor, afirma que a sociedade de *marketing* sobrevive a partir do momento que passa a noção de que o bem está fora de indivíduo (*self*). Para ele, a sociedade atual oferece uma ilusão de individualismo promovida pela diferenciação pelo que a pessoa tem, não pelo que ela é (Saunders e Munro, 2001).

Alguns estudos investigam as conseqüências das diferenças entre individualismo e coletivismo para o *marketing*. Esses estudos baseiam-se no fato de que as dimensões culturais afetam o comportamento do consumidor e, por isso, devem guiar programas de *marketing*.

Lee (2000) avalia essa questão frente a padronização de *marketing* internacional. Exemplos dessas diferenças são o estilo de persuasão e a forma de comunicação. A autora enumera algumas estratégias que devem levar em conta essas diferenças:

- A abordagem enfatizando benefícios pessoais pode ser menos eficiente em um contexto coletivista do que individualista;
- No caso de novos produtos, a conquista de um *first-mover* em sociedades coletivistas mostra-se mais eficiente;
- No Japão, observaram-se casos de pessoas que continuaram comprando produtos conhecidos, mesmo quando surgem opções de igual ou melhor qualidade mais baratas. No caso de indivíduos idiocêntricos/individualistas, a aquisição desses novos produtos pode atribuir-lhes *status*. Para alocêntricos/coletivistas, a influência do grupo tem predominância e, portanto, a adoção de produtos já conhecidos diminui a incerteza sobre a aceitação;
- Para coletivistas/alocêntricos, esbanjar é um comportamento desaprovado, uma vez que, ao gastar muito consigo, a pessoa diminui os recursos disponíveis para o grupo;
- Em função do tipo de sociedade, o tamanho do grupo de influência pode variar: no individualismo, o grupo de influência pode ser somente a família, aumentando para a família junto aos amigos. No coletivismo, esse grupo pode incluir, por exemplo, colegas de trabalho ou a região onde mora o indivíduo.

Com relação à propaganda, Ver Han e Shavitt (1994), em pesquisa junto a americanos e coreanos, constataram que:

- Normas sociais, papéis e valores são os maiores determinantes das intenções de comportamento nas culturas coletivistas, enquanto preferências individuais e custo/benefício são os fatores percebidos nas culturas individualistas.
- Propagandas americanas abordam com mais freqüência e intensidade autoconfiança e ganhos / melhorias pessoais, em detrimento do bem estar da família, objetivos do grupo de referência e interdependência. A pesquisa mostra que a preferência dos consumidores é coerente com essa tendência.

2.10.3. Dimensões horizontal e vertical

Triandis (1994) ampliou as medições de Hofstede ao adicionar as dimensões vertical e horizontal ao coletivismo e ao individualismo. A dimensão horizontal/vertical corresponde à distância do poder de Hofstede e vem sendo utilizada desde então (Chiou, 2001; Gouveia, 2002)

A medição vertical compreende a aceitação da desigualdade e atribui importância ao *rank* e à hierarquia. Nessa dimensão, existe a distância do poder, ou seja: aqui, é aceito como legítimo que o poder nas organizações e na sociedade esteja desigualmente distribuído. A medição horizontal, em contrapartida, presume que as pessoas sejam essencialmente iguais. Têm-se, dessa forma, quatro diferentes contextos: coletivismo vertical, coletivismo horizontal, individualismo vertical e individualismo horizontal (Triandis, 1995):

2.10.3.1. Coletivismo vertical

Exemplos de sociedades desse tipo são a Coréia e a Índia, que têm por base o indivíduo servidor. Nesse contexto, servir ao grupo é a prioridade e o indivíduo, muitas vezes, sacrifica a identidade pessoal para se submeter ao grupo e à sua autoridade. Ele também aceita facilmente os privilégios do *rank* e acredita que há um EU interdependente, mas diferente dos demais. O coletivismo vertical costuma estar diretamente relacionado à maior religiosidade e às pessoas de idades mais avançadas e inversamente relacionado ao nível de

educação e à exposição a pessoas diversas. Empresas nesse contexto tendem a premiar/culpar o chefe em detrimento da equipe.

2.10.3.2.Coletivismo horizontal

Exemplo de sociedade desse tipo são os *kibutzim* israelenses, que têm por base o indivíduo cooperativo. Nesse contexto, a cooperação dentro do grupo é a prioridade. O indivíduo importa-se com o bem-estar do grupo, mas não há sentimento de subordinação. Em seu lugar, existe empatia, colaboração e sociabilidade, associados à baixa liberdade e alta igualdade. Aqui, as pessoas percebem objetivos comuns e buscam interdependência. Empresas nesse contexto tendem a premiar/culpar a equipe em detrimento do chefe.

2.10.3.3.Individualismo vertical

Exemplo de sociedade desse tipo são os Estados Unidos, que têm por base o indivíduo orientado ao êxito. Nesse contexto, valoriza-se a competitividade e o sucesso pessoal. As pessoas buscam *status* e distinção social, ao mesmo tempo em que aceitam a baixa igualdade. Em geral, dão importância à liberdade e à prosperidade. Acredita-se que a economia de mercado e a prosperidade conduzem a esse tipo de sociedade.

2.10.3.4.Individualismo horizontal

Exemplos de sociedades desse tipo são a Suécia e a Austrália: que têm por base de valores o indivíduo único. Nesse contexto, a ênfase está na singularidade em detrimento da competitividade e da distinção. Nesse modelo de sociedade, os indivíduos fazem o que desejam, evitando se comparar com os demais. As pessoas se consideram distintas, autoconfiantes, independentes e singulares e a hierarquia não é enfatizada.

2.10.4.Culturas e contextos diferentes

Diversos estudos analisaram contextos e culturas diferentes em relação ao individualismo e ao coletivismo. Na sua maioria, esses trabalhos comparam a cultura norte-americana à asiática. Muitos deles concluem, no entanto, que o

grau de desenvolvimento e de urbanização da comunidade pode ser tão determinante quanto a cultura local para a adoção de um comportamento mais voltado para o individualismo ou para o coletivismo.

Exemplo desse fenômeno é o Japão. Pesquisas conduzidas por Bornstein et al. (1985-1986, 1990) junto a mães japonesas constatou que as mães de Tóquio tratam seus filhos com orientação tão individualista quanto as mães nova-iorquinas, de forma contrastante às mães de Hokaido, que confundem a identidade dos filhos com a delas e propagam a tendência à dependência do grupo em detrimento do individualismo. Suas pesquisas constataam, de maneira geral, que o Individualismo no Japão aumentou, em resposta às mudanças sócio-ambientais oriundas do aumento da complexidade do ambiente.

Pesquisas de Chan (1994) entre homens americanos e chineses associam o coletivismo ao respeito aos mais velhos, à valorização da ordem social, da segurança nacional, da disciplina, da educação e da obediência e social. Já o individualismo é associado ao prazer, à criatividade, à vida variada, à ousadia, à liberdade, à independência e à vida instigante. Quando há mulheres incluídas na amostra, atributos como liberdade e independência passam a estar relacionadas positivamente à ordem social e à disciplina. Esses resultados mostram comportamentos diferentes por gênero. Na verdade, Tocqueville destaca a importância das mulheres no individualismo, por exercerem o papel de manutenção da moralidade.

Fischer (2008), ao descrever o individualismo americano, afirma que sua filosofia valoriza a auto-responsabilidade, em detrimento da mão de Deus, de circunstâncias ou da sociedade. O autor argumenta que esse modelo supõe o indivíduo confiável moralmente e responsável pelos fatos associados à sua vida. Segundo ele, americanos tendem a atribuir acidentes (de carro, por exemplo) ao indivíduo, enquanto indianos e árabes os atribuem a demandas sociais. Em consonância, americanos atribuem a pobreza a características individuais, desaprovam intervenções do governo para resolver desigualdades, desaprovam a desobediência às leis por causa de consciência individual e não costumam justificar casos extraconjugais. O autor propõe que a filosofia norte-americana é: qualquer um tem liberdade para juntar-se ao grupo ou deixá-lo, mas, uma vez parte dele, espera-se comprometimento. Em outras palavras, o indivíduo pode sair, mas não pode descumprir as regras: pode se separar, mas não pode trair; pode pedir demissão, mas não se insubordinar.

Estudos no Japão mostram as mulheres mais alocêntricas do que homens, resultado diferente de estudos conduzidos nos EUA. Concluiu-se que, quanto mais individualista a cultura, menor a diferença entre homens e mulheres, o que significa que a influência individualista supera questão do gênero.

Hofstede (1980) considera toda a América do Sul coletivista. Para Triandis (2001), o Brasil é um exemplo de sociedade coletivista vertical, embora Gouveia et al. (2002) argumentem que o autor não possui dados concretos para chegar a essa conclusão. Eles afirmam que a desigualdade existente no país sugere verticalidade, mas questionam esse fundamento por observar que não há tanta obediência à autoridade e conformismo. Segundo eles, as escalas e questionários utilizados pelos pesquisadores em geral enfocam aspectos específicos das culturas norte-americana e asiática, como triunfo e submissão, ignorando aspectos típicos da cultura latina. Para culturas como a brasileira, os autores sugerem que o proto-individualismo e o individualismo expressivo são medidas mais adequadas.

O proto-individualismo está relacionado à independência na realização de tarefas, ou seja, o individualismo é utilizado como forma de sobrevivência, não forma de se relacionar. É o caso do caçador ou do pescador. Segundo os autores, essa abordagem é mais adequada onde os recursos são mais escassos, como nas sociedades hispano-americanas.

O individualismo expressivo corresponde à tendência das pessoas a centrar-se em torno dos pontos de referência relacionais – como a família e a comunidade local. Nesses casos, são menosprezadas as orientações instrumentais. Contempla a importância que se dá aos amigos e o desejo de ser reconhecido.

Pesquisa conduzida por Torres e Allen (2009) junto a brasileiros e australianos tomou por base a posse de automóveis e a seleção de destinos turísticos. Seus resultados apontaram para maior grau de coletivismo entre os brasileiros e de individualismo entre os australianos. De fato, os brasileiros apresentaram um elevado resultado em julgamento afetivo e significado simbólico de produto ou serviço. Já os australianos tiveram altos índices para julgamento passo a passo e atribuíram maior importância para os atributos tangíveis de produto e do serviço.

Por fim, Ferreira, Assmar e Souto (2002) reconhecem que os estudos sobre individualismo no Brasil ainda necessitam de maior aprofundamento e

destacam o fato de a diversidade cultural que caracteriza o país ser um fator que torna ainda mais urgentes estudos nacionais que permitam maior compreensão da dinâmica brasileira.