

COMPARTILHAMENTO DAS INFORMAÇÕES E AS GERAÇÕES: UMA ANÁLISE SOBRE ESSA RELAÇÃO

INFORMATION SHARING AND GENERATIONS: AN ANALYSIS OF THIS RELATIONSHIP

Rita de Cássia Martins de Oliveira Ventura^a
Reginaldo Adriano de Souza^b
Lilian Beatriz Ferreira Longo^c
Gabriela Emerick Pereira^d

RESUMO

Objetivo: Analisar, em um contexto organizacional, a disponibilidade para o compartilhamento da informação procurando identificar se há diferença entre as gerações que compõe o corpo social da empresa. Bem como enfatizar para as organizações a necessidade de políticas de gestão de pessoas que considerem o aspecto geracional. **Metodologia:** Pesquisa descritiva, utilizando-se de um *survey* como técnica de coleta de dados, com uma estratégia quantitativa de análise de dados, em uma organização prestadora de serviços contábeis – estudo de caso, com uma amostra delineada em que se considera o aspecto geracional: X, Y e Z. **Resultados:** Os dados coletados apontam que os funcionários da organização estão dispostos a cooperarem uns com os outros e a colaborar com a partilha de informações intraorganizacional e, sempre que necessário, pedem ajuda e encontram pessoas dispostas a ajudar. **Conclusões:** Infere-se não haver diferenças significativas entre as gerações na disposição para partilhar as informações dentro do ambiente organizacional encontrando uma atitude positiva na vontade para a partilha.

Descritores: Compartilhamento. Gerações. Informação. Organização.

1 INTRODUÇÃO

As organizações são interpostas de informações que podem ser

^a Doutora em Ciência da Informação pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Docente do Centro Universitário UNIFACIG, Manhuaçu, Brasil. E-mail: ritamartins@sempre.unifacig.edu.br

^b Mestre em Administração pela Faculdade de Estudos Administrativos de Minas Gerais (FEAD). Docente do Centro Universitário UNIFACIG, Manhuaçu, Brasil. E-mail: reginaldoberbert@hotmail.com

^c Mestra em Administração pelo Centro Universitário Unihorizontes. Docente do Centro Universitário UNIFACIG, Manhuaçu, Brasil. E-mail: lilianfacig@hotmail.com

^d Graduada em Administração pelo Centro Universitário UNIFACIG, Manhuaçu, Brasil. E-mail: gabriela_emerick@hotmail.com

consideradas como um dos principais ativos organizacionais (ANDRADE; ROSEIRA, 2018). Em decurso, considera-se que o compartilhamento da informação é essencial para a construção do conhecimento organizacional, haja vista que as trocas de informações são essenciais para o bom funcionamento da organização, considerando que o valor da informação não advém da sua posse, e sim do seu compartilhamento (STEWART, 1998). Com base nesses conceitos, verifica-se que o compartilhamento da informação pode ser considerado como um pilar importante para a gestão do conhecimento, mas que nem sempre alcança os resultados esperados devido às barreiras de diversas naturezas que permeiam o ambiente das organizações (ALVES; BARBOSA, 2010). Dentre elas, podem-se considerar culturas organizacionais que não incentivam as trocas de informações, estruturas de gestão centralizadas, valorização do excesso da burocracia e, mais atualmente, a consideração do aspecto geracional do corpo social.

No contexto social, percebe-se que cada geração é marcada por valores e princípios comuns que influenciam no modo de ser de cada indivíduo, afetando diretamente no desempenho de suas funções no trabalho. Robbins (2005) descreve as gerações a partir de seus valores, relacionando-os com o contexto histórico em que cresceram e segmentando, ainda, de acordo com a época que entraram no mercado de trabalho. Os indivíduos da Geração Z – os nascidos nos anos 90 – também conhecidos como geração da tecnologia, são caracterizados pela rapidez para se obter informações e habilidade de realizar múltiplas tarefas ao mesmo tempo (RECH; VIÊRA; ANSCHAU, 2017), o que destoa das gerações antecedentes que não carregam consigo tamanha agilidade e flexibilidade. Corroborando essa análise, Alcará *et al.* (2009) apontam que pessoas mais velhas tendem ser mais sensíveis às mudanças, enquanto indivíduos mais novos tendem aceitar e conviver melhor com situações inesperadas.

Sob essa ótica, o presente estudo busca identificar se há diferença entre as gerações na disponibilidade para o compartilhamento da informação em um contexto organizacional. Dessa forma, o estudo concentrou-se em alcançar resultados que visam despertar as organizações para a formulação de

estratégias dentro do cenário do compartilhamento da informação, enfatizando o aspecto geracional, que possam ser utilizadas de maneira mais eficaz. Para tanto, realizou-se um *survey* em que os dados foram coletados por acessibilidade por meio de um questionário, caracterizando-a como uma pesquisa descritiva com estratégia quantitativa em um estudo de caso dentro da proposta conceitual de Yin (2005).

O estudo realizado busca contribuir para o mapeamento das barreiras, dentro de um cenário organizacional, para que políticas organizacionais sejam estabelecidas buscando evidenciar a partilha da informação e a construção do conhecimento como fator estratégico e de diferencial competitivo.

2 O COMPARTILHAMENTO DA INFORMAÇÃO

O compartilhamento da informação advém da necessidade de melhor desenvolver as competências organizacionais. Borelli e Tomaél (2012) afirmam que partilhar informações gera conhecimento organizacional.

Sob essa perspectiva, percebe-se que o compartilhamento da informação é essencial para a criação do conhecimento organizacional. Borelli e Tomaél (2012, p. 72) apontam que “o grande desafio para as organizações deixou de ser o modo de se administrar a produção, mas passa a ser como organizar a informação, de tal maneira que apoie os processos internos e facilite a tomada de decisão”. Porém, essa não é uma questão simples. Um dos fatores que tem impacto sobre ação em questão é a falta de sinergia organizacional, uma vez que, à medida que surgem novos grupos dentro da estrutura institucional, surgem também estilos gerenciais com características singulares (BORELLI; TOMAÉL, 2012). Nessa concepção, Morelli (2019) destaca a necessidade da harmonia interdepartamental para o desenvolvimento efetivo das atividades. O auxílio mútuo e a empatia entre os colaboradores constituem a base de um relacionamento profissional propício para a realização dos trabalhos. Ainda segundo o autor, é possível perceber o cumprimento de metas, a conquista de bons resultados e a existência de um clima agradável *a posteriori* de uma troca de informações bem sucedida.

Insta destacar a significância do compartilhamento para a geração de

criatividade e inovação. Para tal, devem-se criar condições que despertem nos indivíduos o interesse em compartilhar. “A disposição em compartilhar e o compartilhamento eficiente de informações entre os atores de uma rede, asseguram ganhos [...] que poderão reduzir as incertezas e promover o crescimento mútuo” (TOMAÉL; MARTELETO, 2006, p. 76). Tomaél (2005) aponta como um dos aspectos essenciais para a partilha da informação a interação social na qual os atores trocam informação e conhecimento e criam, nessa oportunidade, processos de aprendizagem. Outro aspecto interessante relatado por Hegazy e Ghorab (2014) é a necessidade de fornecer ferramentas que sustentam a aplicação do conhecimento por meio de um portal corporativo o que demonstrou ter impacto positivo na eficácia e eficiência dos processos de negócios e na satisfação dos funcionários.

Portando, no contexto contemporâneo o ato de partilhar e socializar as informações no ambiente de trabalho se torna proeminente, considerando que o conhecimento é o recurso mais importante que uma organização dispõe na nova economia (SILVA; PEREIRA; RODRIGUES, 2016).

3 AS DIFERENTES GERAÇÕES

Atualmente, no mundo laboral, coexistem diversas pessoas com características peculiares, de diferentes grupos etários e contextos sociais. Na perspectiva de Dante e Arroyo (2017), cada geração apresenta história, cultura, perspectiva e interesses peculiares, emergindo uma cultura organizacional que concebe movimentos de conhecimento e trabalho em busca de harmonia nas organizações. Mannheim (1993) define geração como um fator histórico caracterizado por indivíduos que compartilham a mesma faixa etária. Nessa perspectiva, Veloso, Dutra e Nakata (2016) destacam que a idade pode gerar comportamentos característicos. Baseando-se nessa teoria, esse trabalho se pautou na perspectiva de conjuntos etários e no contexto social em que os indivíduos cresceram para definir os grupos geracionais. O objeto desse estudo são as gerações que estão ativas no mercado de trabalho, conhecidas como *Baby Boomer*, Geração X, Geração Y e Geração Z.

3.1 BABY BOOMER

A geração *Baby Boomer* é composta por indivíduos que nasceram, segundo Cruz, Silva e Leite (2019), no período de 1949 a 1964 – havendo alguma divergência entre autores, mas todos afirmam ser no período final da Segunda Guerra Mundial até a década de 1960. Foram educados com rigidez e respeito, seguiam regras impostas e padronizadas em relação à obediência e disciplina (MORAIS, 2016). Devido ao contexto histórico que cresceram, caracterizam uma geração independente e transformadora, são disciplinados, gostam de trabalhar sob pressão e priorizam o trabalho (CRUZ; SILVA; LEITE, 2019). Dentro das organizações são apontados como profissionais leais, focados nos resultados, comprometidos com a empresa e que valorizam o *status* (ALEXANDRE; PITA; FREITAS, 2018). Completando essa perspectiva, Comazzetto *et al.* (2016) afirmam que os indivíduos *Baby Boomers* possuem grande comprometimento organizacional e valorizam a ascensão na carreira profissional.

3.2 GERAÇÃO X

Os indivíduos que compõem a Geração X são aqueles nascidos entre 1964 e 1982 (CRUZ; SILVA; LEITE, 2019). Caracterizam-se como pessoas autônomas, que preocupam em fazer a diferença, desde que estejam atuando no que gostam (MELO; FARIA; LOPES, 2019). Vivenciaram um período de mudança e são os primeiros a terem contato mais próximo com a tecnologia, favorecendo a aceleração das atividades diárias (LOMBARDIA; STEIN; PIN, 2008). No ambiente organizacional são independentes e conservadores, gostam de trabalhar em equipe e, apesar de serem considerados bons empreendedores, preferem ser liderados. São considerados céticos e priorizam uma cultura organizacional mais informal e descentralizada. Por terem crescido em uma época de *downsizing* corporativo, buscaram desenvolver habilidades que melhorassem a empregabilidade, já que a segurança no emprego foi afetada. A percepção de adultos leais à empresa deu vez a uma postura de insegurança (VELOSO; DUTRA; NAKATA, 2016). Valorizam o trabalho, mas

procuram equilíbrio entre vida pessoal e profissional, objetivando garantir a satisfação dos desejos materiais e pessoais (CRUZ; SILVA; LEITE, 2019).

3.3 GERAÇÃO Y

Multifuncionais, otimistas, autônomos, individualistas e imediatistas, a Geração Y é demarcada por indivíduos nascidos entre 1983 e 1994. Cruz, Silva e Leite (2019) afirmam que estes possuem grande afinidade com a tecnologia e são fiéis aos projetos, não à empresa. Cresceram em contato com a internet e desenvolveram a capacidade de realizar várias atividades ao mesmo tempo. São considerados voláteis e gostam de desafios. Segundo Morais (2016) uma característica marcante desses indivíduos é a capacidade de conviver com a diversidade, como a diferença de etnia, sexo e religião. No trabalho gostam de desafios e defendem suas opiniões. Esperam ascensão profissional imediata, almejam bons salários desde cedo e necessitam de reconhecimento profissional (CRUZ; SILVA; LEITE, 2019). Possuem grande aversão ao autoritarismo, são mais preocupados com causas sociais, com o bem estar e enriquecimento pessoal (ALMEIDA; SILVA, 2018).

3.4 GERAÇÃO Z

Recém-chegada ao mercado de trabalho, a Geração Z é delineada cronologicamente por indivíduos nascidos nos anos 1990, mais precisamente após 1995 (ADECCO, 2015). Uma característica marcante desses jovens é a conexão com o mundo digital, uma vez que nasceram na massificação da internet (ALMEIDA; SILVA, 2018). Possibilitado pelo uso da rede e dos aparelhos eletrônicos, possuem um nível de informações excessivamente alto, o que caracteriza indivíduos imediatistas. Segundo Ceretta e Froemming (2011) a principal característica desses jovens é o fato de Zapear. Para os autores, o conceito zapear é decorrente do fato de mudarem constantemente o canal da TV por meio do controle remoto, sendo capazes de realizarem diversas atividades ao mesmo tempo. Ainda com pouco tempo no mercado de trabalho, percebe-se que se trata de profissionais multitarefas, atentos e ágeis

no quesito inovação e tecnologia (JACQUES *et al.*, 2015). Tapscott (2010) frisa ainda a facilidade dessa geração em se conectar com outras pessoas pelo uso da tecnologia.

Destarte, no ambiente organizacional contemporâneo convivem indivíduos com contextos distintos e características peculiares. Nota-se que os *Baby Boomers* possuem mais disciplina e afinco para lidar com regras e padrões, enquanto as gerações X, Y e Z lidam melhor com a tecnologia e com os desafios impostos. Segundo Moraes (2016, p. 184) o grande desafio nas organizações atuais incide em “adotar um modelo de liderança que mobilize essas pessoas, marcadas por diferenças históricas e socialmente construídas, a assumirem comportamentos que se prestem ao alcance dos objetivos organizacionais”. Tapscott (2010) salienta ainda que é necessário se atentar para políticas de gestão de pessoas que assegurem que os indivíduos – de diferentes gerações – encontrem motivos para ficar e se doar.

Para tornar a partilha de informações e a construção de conhecimento rotina dentro das organizações, as empresas devem optar por meios que favoreçam a sinergia organizacional, visando o estreitamento de laços entre os indivíduos em busca de uma possível troca de informações, pois segundo Barreto (1994), as trocas de informações são consideradas conjuntos significantes com a competência de gerar conhecimento no indivíduo e em seu grupo. Assim, por meio das trocas, espera-se alcançar melhores resultados organizacionais advindos do conhecimento adquirido e desenvolvido.

4 METODOLOGIA

Considerando o objetivo geral desse trabalho que se concentra em identificar se há diferença entre as gerações na disponibilidade para o compartilhamento da informação no âmbito organizacional, optou-se por realizar uma pesquisa descritiva, que segundo Gil (2008) tem como ponto central delinear as características de uma determinada população e as relações entre as variáveis. Quanto à coleta de dados, optou-se pelo *Survey*, que visa à interrogação direta dos indivíduos que deseja conhecer. “Basicamente, procede-se à solicitação de informações a um grupo significativo

de pessoas acerca do problema estudado para em seguida, mediante análise quantitativa, obter as conclusões correspondentes dos dados coletados” (GIL, 2008, p. 55).

A população que compõe a pesquisa são os indivíduos ativos no mercado de trabalho que compõem o corpo social da organização estudada, delineados como gerações X, Y, e Z. Vale salientar que nenhum funcionário da empresa se encaixa na definição de geração *Baby Boomers*. Segundo Cruz, Silva e Leite (2019), os *Baby Boomers* são hoje trabalhadores com mais de 56 anos de idade, sendo considerados os mais velhos no mercado de trabalho atual (COMAZZETTO *et al.*, 2016) o que pode justificar a ausência dessa geração na empresa pesquisada. A amostra dos participantes é do tipo não probabilístico, por acessibilidade. Foi aplicado um questionário *online*, adaptado de Alves (2011), em uma empresa prestadora de serviço que atua em nove cidades na região. Hoje a empresa possui 120 funcionários que ficaram livres a participar ou não da pesquisa. No total, obteve-se 46 respostas. Essa opção, de realizar o estudo em uma organização, caracteriza a pesquisa como um estudo de caso o qual, na perspectiva de Yin (2005), se aplica por ser o objetivo circunscrito em investigar o fenômeno em seu cenário real dentro dos limites e com as variáveis intervenientes pertencentes aquele contexto.

Desse modo, o desenho metodológico apresenta um estudo de caso descritivo, com estratégia quantitativa, composta por indivíduos que compõem os grupos geracionais atuantes na empresa pesquisada, tendo como instrumento de coleta de dados um questionário *online*. Os dados coletados foram tabulados e processados na planilha eletrônica do Excel®. E, a partir da tabulação dos dados obtidos procedeu-se à realização das análises.

5 ANÁLISE DE DADOS

O perfil da amostra delineado por 46 respondentes é: 32 jovens pertencentes à Geração Z, 7 indivíduos considerados da Geração Y, 7 pessoas da Geração X.

Os indivíduos pertencentes à Geração X foram os primeiros a terem contato com a tecnologia e a utilizam como ferramenta para acelerar a

realização das atividades (LOMBARDIA; STEIN; PIN, 2008). Reforçando essa análise, dentre os dados coletados, nota-se que 72% dos respondentes pertencentes à Geração X concordam que estão atentos às inovações e gostam de buscar um jeito inovador para realizar suas tarefas. Corroborando essa análise, 72% desses respondentes afirmam estar sempre à procura de novidades para aplicar no contexto de trabalho e 14% deles discordam dessa afirmativa. De uma forma geral, são indivíduos que demonstram integridade e transparência em suas informações. A maior parte deles concorda que as organizações são sistemas cooperativos e ambiente de colaboração e 28% são neutros a respeito dessa perspectiva.

Inferindo-se a partir dos dados coletados, observa-se que os funcionários da organização estão dispostos a cooperarem uns com os outros e a colaborarem com a partilha de informações intraorganizacional. De acordo com os dados, sempre que necessário, pedem ajuda e encontram pessoas dispostas a ajudar, o que pode ser considerado um fator relevante dentro da organização, pois, segundo a perspectiva de Tomaél (2005), o compartilhamento da informação é resultante da interação social e possibilita processos de aprendizagem.

Quanto aos meios de partilha de informações dentro da organização, 72% desses indivíduos – da Geração X – afirmam que preferem reuniões rápidas, enquanto 28% deles discordam dessa perspectiva e afirmam que as reuniões demoradas podem ser mais efetivas. No que tange a busca de informações e esclarecimento de dúvidas, percebe-se que contam com a ajuda dos colegas da unidade de trabalho, com a internet e também recorrem à liderança direta ou indireta da organização se necessário. Esses dados enfatizam a importância da sinergia organizacional, que Morelli (2019) afirma ser capaz de propiciar o desenvolvimento efetivo das atividades. Ainda segundo o autor, esse auxílio mútuo entre os colaboradores contribui para a base de um relacionamento propício para a realização das atividades organizacionais.

Quanto aos meios de comunicação mais utilizados pelo grupo depreende-se que, em sobremaneira os indivíduos utilizam as conversas com

os colegas para realizar tal partilha, usam também a internet, o e-mail e intranet para trocar informações. Apontam que há liberdade para a troca de informações com os níveis hierárquicos mais altos e que, contribuindo com essa troca, elevam-se também as chances de alavancar a carreira profissional, sendo este um fator valorizado por eles, haja vista que uma das características dessa geração é a valorização do trabalho (CRUZ; SILVA; LEITE, 2019).

Ainda na perspectiva dos indivíduos da Geração X, 58% concordam que encontram na intranet informações necessárias para melhor execução de seu trabalho. Percebe-se um *gap* em compartilhar as informações pelo sistema formal da organização devido à dificuldade em registrá-las. Na concepção de 72% dos respondentes, as premiações e recompensas ofertadas pela organização não incentivam a troca de informações pelo sistema intranet. Interessante notar que, para 58% deles, a organização incentiva e valoriza os bons relacionamentos, mas 28% discordam dessa análise, o que se torna um ponto desafiador. Borelli e Tomaél (2012) afirmam que o grande desafio contemporâneo passa a ser o modo como se organizam as informações, de tal maneira que se apoie nos processos internos e colabore com as tomadas de decisões. Os respondentes da Geração X afirmam também que apesar de gostarem do trabalho em equipe a preocupação em realizar o trabalho individual bem feito é maior que os resultados coletivos, demonstrando assim maior preocupação com o resultado individual em detrimento do coletivo.

No que diz respeito à Geração Y, considerou-se na pesquisa os indivíduos entre 30 e 35 anos de idade, nascidos no período de 1983 a 1994 dentro da concepção de Cruz, Silva e Leite (2019). Junto com a Geração X, são os que possuem maior tempo de empresa. Já cresceram em contato com a tecnologia e, em totalidade, afirmam que estão atentos às inovações e sempre em busca de novidades para serem aplicadas no contexto de trabalho.

Além disso, eles prezam pela integridade, transparência das informações e consideram as organizações como sistemas colaborativos e de colaboração. Sempre que necessário procuram ajuda, mas 57% não sabem afirmar sobre a disposição do colega na cooperação organizacional. Para 72% deles, as reuniões rápidas são mais positivas que as reuniões mais

demoradas, o que condiz com a característica de uma geração imediatista e volátil (CRUZ; SILVA; LEITE, 2019).

Observa-se que, quando se faz necessário, buscam por ajuda e recorrem aos colegas da unidade de trabalho, à internet e também à liderança direta ou indireta da organização. No que tange aos recursos disponíveis para trocas de informações na realização do trabalho, utilizam em totalidade as conversas com os colegas de trabalho, seguidas da internet, e-mail/intranet e, também, fazem uso de tecnologias móveis. Essa facilidade em recorrer aos meios tecnológicos faz referência ao fato de possuírem grande afinidade com a tecnologia (CRUZ; SILVA; LEITE, 2019).

Ainda a respeito das trocas de informações, percebe-se que há liberdade com os níveis hierárquicos mais altos e que, dentro da organização, é fácil adquirir e partilhar seus conhecimentos. Esses dados coadunam com a perspectiva de Tomaél e Marteleto (2006), pois segundo eles, o compartilhamento eficiente de informações, além de assegurar ganhos, é capaz de reduzir incertezas e construir o crescimento mútuo entre os atores e a organização. Para os respondentes, participando das trocas de informações são capazes de demonstrar seu trabalho e capacidade naquilo que fazem, por conseguinte, esperam alavancar as chances de promoção e crescimento na carreira.

Quanto aos canais de comunicação disponíveis, observa-se que 72%, desse grupo de respondentes, os consideram insuficientes para trocas de informações devido à dificuldade em sintetizar o conteúdo desejado. Averiguou-se também que não há incentivos para utilização da intranet – canal disponível pela empresa para comunicação.

Interessante observar que 58% desses consideram que os bons relacionamentos são valorizados pela organização, mas 42% consideram que esse conceito pouco ou nada se aplica. Essa discrepância demonstra que a empresa ainda não alcançou a sinergia organizacional, em busca do estreitamento de laços e possíveis ganhos organizacionais resultantes dessa interação. Para esses indivíduos, prevalece, assim como para os funcionários da Geração X, mais a preocupação com o trabalho individual bem feito que

com os resultados coletivos.

No que tange a ascensão profissional, compreende-se que nem sempre os funcionários que fazem carreira na empresa são os que colaboram com as trocas de informações, e nem todos eles percebem uma valorização da empresa com aqueles que se importam em fazer e demonstrar um trabalho de qualidade. Esse fator contradiz as expectativas da Geração Y, que espera por ascensão profissional imediata, bons salários desde cedo e o reconhecimento profissional (CRUZ; SILVA; LEITE, 2019).

Considerando a Geração Z como indivíduos com até 30 anos de idade, ou seja, os nascidos após 1995 (ADECCO, 2015) tem-se esses como a geração mais conectada, pois já nasceram em um mundo totalmente digital (ALMEIDA; SILVA, 2018). Essa característica faz com que eles tenham uma atitude natural ao buscarem informações, o que corrobora com os resultados encontrados em que a totalidade dos respondentes dessa geração afirma que está atenta às inovações e gosta de buscar um jeito novo de realizar suas tarefas, tal como sempre buscar novidades para aplicar no contexto de trabalho.

No que se refere à organização, consideram como sistemas colaborativos e de colaboração e prezam pela integridade organizacional. 63% dos respondentes concordam que os funcionários estão dispostos a cooperar mutuamente, mas 31% desconhecem e/ou não percebem essa atitude dos colegas e 6% discordam totalmente dessa perspectiva de colaboração.

Quanto à análise da disponibilidade individual da geração para o compartilhamento da informação, todos os respondentes demonstram que estão dispostos a trocarem informações e sempre que precisam não sentem vergonha de recorrer à ajuda. Essa abertura à troca e construção do conhecimento organizacional pode ser considerada relevante, pois na ótica de Silva, Pereira e Rodrigues (2016), o conhecimento é o recurso mais importante que uma organização dispõe na contemporaneidade.

Quanto aos meios utilizados para troca de informações, 62,5% afirmam que preferem as reuniões mais rápidas que as mais demoradas. Além disso, para esclarecer suas dúvidas contam com a ajuda dos colegas da unidade de

trabalho, com a internet e também com a liderança direta ou indireta da organização. No que diz respeito aos meios disponíveis para as trocas de informações mais utilizados, ressaltam as conversas com os colegas de trabalho, a internet e também a partilha pelo e-mail/intranet. Tapscott (2010) salienta que essa geração possui prontidão para se conectar com outras pessoas e que o uso da tecnologia facilita esse processo.

Para 69% deles, dentro da organização em estudo é fácil buscar e adquirir novas informações e que na concepção da maioria deles - 60% - há liberdade para trocar informações com os níveis hierárquicos mais altos. Por vezes, 66% deles, afirmam que encontram informações na intranet da empresa que ajuda na realização de seus trabalhos, mas percebem uma dificuldade em registrar as informações no sistema da empresa. Vale ressaltar a importância da partilha e socialização do conhecimento dentro do ambiente organizacional, pois por meio dessa troca pode-se resultar o alcance de criatividade e inovação (VALENTIM, 2016).

Ainda sobre a percepção dos indivíduos da Geração Z, as recompensas da organização pouco estimulam o compartilhamento da informação entre eles, mas estão inseridos em um meio de trabalho que incentiva e valoriza os bons relacionamentos. Outro ponto relevante é que a ideia que prevalece ao realizar um trabalho bem feito é pensar no resultado coletivo.

Levando em consideração a motivação, percebe-se que acreditam que partilhando suas informações é possível alcançar ganhos na carreira e conquistar futuras promoções e que por meio da partilha são capazes de demonstrar o trabalho que desenvolvem.

Sintetizando os dados coletados, as Gerações Y e Z em sua totalidade demonstram ser atentas às inovações e abertas à busca por novidades para aplicar no contexto de trabalho. Já a Geração X, a mais velha no mercado de trabalho em referência, possui uma parcela – 29% – dos seus respondentes que são neutros a respeito dessa informação.

Percebe-se que há uma diferença na percepção das gerações no que tange à disposição do compartilhamento dos colegas. As Gerações X e Z, 72% da Geração X e 63% da Geração Z, têm a percepção que todos que formam o

corpo social da organização estão dispostos a colaborar e a cooperarem uns com os outros havendo assim um compromisso com o trabalho coletivo. Já os respondentes da Geração Y, 57% dos respondentes, discordam quanto a este fato e apontam não perceberem esta atitude de disponibilidade nos colegas de trabalho. Há de se considerar a relevância da disposição em partilhar informações dentro do ambiente de trabalho, pois segundo Barreto (1994), as trocas de informações são consideradas conjuntos significantes capazes de propiciar conhecimento para o indivíduo e para o seu grupo.

A totalidade dos respondentes pertencentes às Gerações X, Y, e Z, demonstram ser abertos à procura de informações, dentro do ambiente organizacional, quando não têm conhecimento a respeito de algum assunto. Essa abertura à busca por informações pode ser considerada como uma atitude positiva, uma vez que Barreto (1994) assegura que, através das trocas de informações, esperam-se melhores resultados por meio do conhecimento adquirido.

No que tange a busca por informações e os meios mais utilizados dentro da organização para o compartilhamento da informação, percebe-se uma semelhança dos meios mais recorrentes entre as gerações. De uma forma geral, os respondentes apontam as conversas com os colegas de trabalho, a internet (sites especializados, redes sociais, blogs etc) e o e-mail e a intranet. Destaca-se que a Geração Y se diferenciou das demais ao apontar que também utiliza de tecnologias móveis para recorrer a alguém de fora da empresa quando há a necessidade de trocar informações. Esse dado reforça as análises anteriores a respeito desta Geração que apontam não reconhecerem nos colegas de trabalho atitudes que demonstrem disponibilidade para o compartilhamento da informação.

Pode-se considerar, assim, que apesar das diferenças geracionais o grupo em questão demonstrou ser atento às inovações, aberto à procura por novidades e ter um comportamento próximo no que tange a busca por informações e aos meios de partilha utilizados. Um fator importante que favorece essa homogeneidade é o incentivo ao bom relacionamento intraorganizacional, uma vez que, segundo a ótica de Tapscott (2010), as

organizações devem se voltar para políticas de gestão que assegurem que os indivíduos organizacionais encontrem motivos para ficar e se doar.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os dados apresentados possibilitaram uma análise que considera as diferentes gerações no que tange ao compartilhamento da informação, destacando se há ou não diferenciação entre elas na atitude de disponibilidade para partilhar. A pesquisa parte da constatação de que o ambiente organizacional é dividido por pessoas que apresentam características específicas de cada grupo geracional. Foram consideradas no estudo, as Gerações X, Y e Z, uma vez que na organização estudada não tinha funcionários que se enquadrasse na geração *Baby Boomer*.

Infere-se que em busca de novas maneiras de realizar seus trabalhos, a totalidade das Gerações Y e Z concorda que está atenta às inovações e grande parte da Geração X – a mais velha em análise – também mostrou uma atitude positiva frente às novidades que cercam o trabalho que desempenham na organização. Todos os indivíduos concordam que carregam como característica a busca por informações quando não sabem de alguma coisa.

No que diz respeito à partilha, percebe-se uma semelhança nas fontes de informações mais recorrentes. Os participantes em geral afirmam que recorrem aos colegas da unidade de trabalho, à internet e também contam com a ajuda dos seus líderes. Quanto aos meios mais utilizados para essa partilha, há também uma conformidade. Grande parte dos respondentes concorda que a maior troca de informações se dá de modo informal, por meio das conversas com os colegas de trabalho. Também contam com a ajuda da internet para essa partilha e, de maneira mais formal, se faz pelo e-mail e pelo sistema de intranet da empresa.

No que tange à organização, percebe-se que é fácil trocar informações com os níveis hierárquicos mais altos e a mesma é vista na perspectiva dos indivíduos como um sistema que valoriza a colaboração. Depreende-se, assim, que essa sinergia entre as gerações é resultante do ambiente colaborativo em que estão inseridos. A harmonia organizacional é necessária para o

desenvolvimento efetivo das atividades e propicia a base para um relacionamento profissional. Conclui-se também que, na perspectiva dos respondentes, por meio das trocas efetivas de informações podem conseguir alcançar bons resultados na carreira e uma possível ascensão profissional.

Vale salientar ainda que, por meio do sistema intranet da empresa, compartilham e encontram informações necessárias para o trabalho, contudo os respondentes relatam sentir dificuldade em sintetizar conteúdos na plataforma.

É interessante notar que as Gerações X e Y demonstram ser mais preocupadas em realizar o trabalho individual bem feito, enquanto para geração Z prevalecem os resultados coletivos.

Destarte, apesar das diferenças geracionais descritas pelos autores, dentro do ambiente em estudo não houve diferença significativa entre as gerações na disposição em partilhar informações. Vale salientar ainda que a geração *Baby Boomer*, que possui características mais divergentes das demais, a organização não possuía funcionários e por isso não foi analisada neste estudo.

A partir dos resultados, pode-se afirmar que há uma atitude positiva das Gerações X, Y e Z quanto à disponibilidade em compartilhar informações. Infere-se, com base nos dados coletados, que os respondentes estão sempre em busca de algo novo e não se sentem constrangidos em procurar ajuda quando necessário. Entretanto, é importante salientar que não há uma percepção clara quanto às atitudes dos colegas no que diz respeito à colaboração e à disponibilidade para o compartilhamento.

Sugere-se, para pesquisas futuras, o estudo do tema compartilhamento da informação e gerações em outras realidades organizacionais para que os limites desse trabalho sejam ampliados. Há de se considerar que a organização estudada apresenta características particulares de uma pequena empresa, localizada em uma cidade média em que há um relacionamento entre as pessoas anterior ao fato de serem colegas de trabalho. Muitos desses relacionamentos já se iniciaram em outros ambientes sociais, o que precisa ser considerado ao se propor estudar compartilhamento da informação. É relevante

apontar que esse trabalho apresenta limitações próprias de aplicação em um único cenário organizacional, um estudo de caso, que precisam ser levados em conta quanto à análise dos resultados encontrados.

Para as organizações, é importante salientar que o compartilhamento da informação só acontece a partir do momento que há políticas de Gestão de Pessoas, considerando as características geracionais, que estimulem relacionamentos, tanto formais quanto informais, para que a confiança entre os funcionários seja desenvolvida e, ainda, que promovam o reconhecimento e a valorização de comportamentos mais cooperativos em prol dos objetivos estabelecidos.

REFERÊNCIAS

ADECCO. **Generation Z vs. Millennials**. 2015. Disponível em: <http://pages.adeccousa.com/rs/107-IXF-539/images/generation-z-vs-millennials.pdf>. Acesso em: 07 set. 2020.

ALCARÁ, A. R.; DI CHIARA, I. G.; RODRIGUES, J. L.; TOMÁEL, M. I.; PIEDADE, V. C. H. Fatores que influenciam o compartilhamento da informação e do conhecimento. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 14, n. 1, p. 170-191, 2009. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1413-99362009000100012>. Acesso em: 18 ago. 2020.

ALEXANDRE, R. C.; PITA, M. B. V.; FREITAS, A. D. Do antigo ao novo: geração Baby Boomers, geração X, geração Y, geração Z e seus conflitos nas organizações. **Revista de trabalhos acadêmicos - Universo Juiz de Fora**, [S. l.], v. 1, n. 7, p. 1-11, 2018. Disponível em: <http://www.revista.universo.edu.br/index.php?journal=1JUIZDEFORA2&page=article&op=view&path%5B%5D=7220&path%5B%5D=0>. Acesso em: 08 set. 2020.

ALMEIDA, G. T.; SILVA, C. A. R. Os desafios dos gestores na carreira contábil: A perspectiva das gerações *Baby Boomer* X, Y e Z. **Enfoque: Reflexão Contábil**, Maringá, v. 37, n. 4, p.105-120, 2018. Disponível em: <http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/Enfoque/article/view/37052>. Acesso em: 18 jul. 2020.

ALVES, A.; BARBOSA, R. R. Influências e barreiras ao compartilhamento da informação: uma perspectiva teórica. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 39, n. 2, p. 115-128, maio/ago. 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0100-19652010000200010>. Acesso em: 22 ago. 2020.

ALVES, A. M. **Colaboração e compartilhamento da informação no ambiente organizacional**. 2011. 202 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Escola Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2011.

ANDRADE, A. R.; ROSEIRA, C. A informação como elemento de integração entre propósito, processos e pessoas: um estudo em instituições portuguesas. **Gestão e Produção**, São Carlos, v. 25, n. 1, p. 107-116, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0104-530x2642-16>. Acesso em: 07 set. 2020.

BARRETO, A. A. A questão da informação. **São Paulo em Perspectiva**, São Paulo, v. 8, n.4, p. 3-8, 1994. Disponível em: http://produtos.seade.gov.br/produtos/spp/v08n04/v08n04_01.pdf. Acesso em: 19 ago. 2020.

BORELLI, F.; TOMAÉL, M. I. Situações que envolvem o compartilhamento de informação por sistema informatizado. **Em questão**, Porto Alegre, v. 18, n. 2, p. 71-83, jul./dez. 2012. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/21850/24055>. Acesso em: 11 mar. 2020.

CERETTA, S. B.; FROEMMING, L. M. Geração Z: compreendo os hábitos de consumo da geração emergente. **Revista Eletrônica do Mestrado Profissional em Administração - RAUnP**, [S. l.], v. 3, n. 2, 2011. Disponível em: <https://repositorio.unp.br/index.php/raunp/article/view/70>. Acesso em: 22 set. 2020.

COMAZZETTO, L. R.; VASCONCELLOS, S. J. L.; PERRONE, C. M.; GONÇALVES, J. A Geração Y no Mercado de Trabalho: um Estudo Comparativo entre Gerações. **Psicologia: Ciência e Profissão** [online], [S. l.], v. 36, n. 1, p. 145-157, jan./mar. 2016. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1414-98932016000100145&script=sci_abstract&lng=pt. Acesso em: 08 out. 2020.

CRUZ, L. A.; SILVA, L. C. O.; LEITE, C. D. S. W. As novas gerações não têm comprometimento? Diferenças no comprometimento organizacional ao longo dos grupos geracionais. **Revista de Carreiras e Pessoas (RECAPE)**, [S. l.], v. 9, n. 2, p. 192-208, 2019. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/53542/as-novas-geracoes-nao-tem-comprometimento--diferencas-no-comprometimento-organizacional-ao-longo-dos-grupos-geracionais/i/pt-br>. Acesso em: 12 set. 2020.

DANTE, F. S.; ARROYO, R. F. Âncoras de Carreira: Por onde Caminham as Gerações? **Revista de Carreiras e Pessoas (RECAPE)**, [S. l.], v. 7, n. 2, p. 512-528, 2017. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/ReCaPe/article/view/32748>. Acesso em: 08 set. 2020.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. Editora Atlas SA, 2008. Disponível em:
<https://biblioteca.isced.ac.mz/bitstream/123456789/707/1/M%C3%A9todos%20de%20Pesquisa%20Social.pdf>. Acesso em: 07 set. 2020.

HEGAZY, F. M.; GHORAB, K. E. The influence of knowledge management on organizational business processes' and employees' benefits. **International Journal of Business and Social Science**, [S. l.], v. 5, n. 1, 2014. Disponível em:
https://scholar.google.com.br/scholar?q=The+influence+of+knowledge+manage+ment+on+organizational+business+processes%27+and+employees%27+benefi+ts&hl=pt-BR&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart. Acesso em: 20 ago. 2020.

JACQUES, T. C.; PEREIRA, G. B.; FERNANDES, A. L.; OLIVEIRA, D. A. Geração Z: peculiaridades geracionais na cidade de Itabira-MG. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 3, p. 67-85, jul./set. 2015. Disponível em:
https://periodicos.uff.br/pca/article/view/11226/pdf_1. Acesso em: 14 jun. 2019.

LOMBARDIA, P. G.; STEIN, G.; PIN, J. R. **Políticas para dirigir a los nuevos profesionales**: motivaciones y valores de La generacion Y. Documento de investigacion DI-753, Mayo, 2008. Disponível em:
<https://media.iese.edu/research/pdfs/DI-0753.pdf>. Acesso em: 10 out. 2020.

MANNHEIM, K. El problema de las generaciones. **Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)**, [S. l.], n. 62, p. 193-242, 1993. Disponível em: http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS_062_12.pdf. Acesso em: 08 set. 2020.

MELO, M. C. O. L.; FARIA, V. S. P.; LOPES, A. L. M. A construção da identidade profissional: estudo com gestoras das gerações *Baby Boomers*, X e Y. **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 17, edição especial, p. 832-843, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/cebape/v17nspe/1679-3951-cebape-17-spe-832.pdf>. Acesso em: 26 set. 2020.

MORAIS, F. L. O desafio das lideranças: assegurar a produtividade com pessoas de diferentes gerações. **Revista de Carreiras e Pessoas (RECAPE)**, [S. l.], v. 6, n. 2, p. 176-187, 2016. Disponível em:
<http://www.spell.org.br/documentos/ver/42696/o-desafio-das-liderancas--assegurar-a-produtividade-com-pessoas-de-diferentes-geracoes>. Acesso em: 08 set. 2020.

MORELLI, P. R. Compartilhamento de informações na rede social corporativa Yammer do sistema Fiep. *In*: COLÓQUIO EM ORGANIZAÇÃO, ACESSO E APROPRIAÇÃO DA INFORMAÇÃO E DO CONHECIMENTO (COAIC), 4., 2019, Londrina. **Anais [...]**. Londrina: UEL, 2019. Disponível em:
<http://www.uel.br/eventos/cinf/index.php/coaic2019/coaic2019/paper/viewFile/648/422>. Acesso em: 17 set. 2020.

RECH, I. M.; VIÊRA, M. M.; ANSCHAU, C. T. Geração Z, os nativos digitais: como as empresas estão se preparando para reter esses profissionais. **Revista Tecnológica**, [S. l.], v. 6, n. 1, p. 152-166, 2017. Disponível em: <https://uceff.edu.br/revista/index.php/revista/article/view/223>. Acesso em: 08 set. 2020.

ROBBINS, S. P. **Comportamento Organizacional**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

SILVA, E. F.; PEREIRA, F. C. M.; RODRIGUES, E. H. G. Creation of organizational knowledge on the basis Von Krogh, Nonaka and Ichijo capacitors: a case study in the grange DF Pork Company. **International Journal of Innovation: IJI Journal**, [S. l.], v. 4, n. 2, p. 155-172, 2016. Disponível em: <https://periodicos.uninove.br/innovation/article/view/10173>. Acesso em: 08 set. 2020.

STEWART, T. A. **Capital intelectual: a nova vantagem competitiva das empresas**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

TAPSCOTT, D. **A hora da geração digital: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos**. Tradução de Marcelo Lino. Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010.

TOMAÉL, M. I. **Redes de conhecimento: o compartilhamento da informação e do conhecimento em consórcio de exportação do setor moveleiro**. 2005. 292 f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2005. Disponível em: https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/EARM-6ZFQFX/1/doutorado___maria_in_s_toma_l.pdf. Acesso em: 20 ago. 2020.

TOMAÉL, M. I.; MARTELETO, R. M. Redes sociais: posições dos atores no fluxo da informação. **Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Florianópolis, v. 11, n. 1, p. 75-91, 2006. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2006v11nesp1p75/387>. Acesso em: 20 ago. 2020.

VALENTIM, M. L. P. Processos de compartilhamento e socialização do conhecimento em ambientes empresariais. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 45, n. 3, 2016. Disponível em: <http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/4050/3570>. Acesso em: 10 ago. 2020.

VELOSO, E. F. R.; DUTRA, J. S.; NAKATA, L. E. Percepção sobre carreiras inteligentes: diferenças entre as gerações Y, X e *Baby Boomers*. **Revista de Gestão (REGE)**, [S. l.], v. 23, n. 2, p. 88-98, 2016. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/rege/article/view/121103>. Acesso em: 08 set. 2020.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

INFORMATION SHARING AND GENERATIONS: AN ANALYSIS OF THIS RELATIONSHIP

ABSTRACT

Objective: To analyze in organizational context the availability of sharing information, trying to identify differences between the generations that compose the company social body. As well as emphasizing the necessity of politics of people management in organizations that consider the generational aspect. **Methodology:** Descriptive research, using a survey as data collection, with a quantitative strategy of data analysis, in an organization of accounting services – case study, with an outlined sample that considers the generational aspect: x, y e z. **Results:** Data collected indicate that organization's employees are willing to cooperate with each other and sharing intraorganizational Information, in case of necessity, asking for help and finding out people who are able to help. **Conclusions:** It is inferred that there are no significant differences between generations who are willing to share information inside the organizational environment, finding a positive attitude in the willingness to share.

Descriptors: Sharing. Generations. Information. Organization.

INTERCAMBIO DE INFORMACIÓN Y GENERACIONES: UN ANÁLISIS DE ESTA RELACIÓN

RESUMEN

Objetivo: Analizar, en un contexto organizacional, la disponibilidad para compartir información, buscando identificar si existe diferencia entre las generaciones que componen el cuerpo social de la empresa. Así como enfatizar para las organizaciones la necesidad de políticas gestión de personas que consideren el aspecto generacional. **Metodología:** Investigación descriptiva, utilizando un ensayo como técnica de recolección de datos, con una estrategia cuantitativo de análisis de datos, en una organización prestadora de servicios de contabilidad – estudio de caso, con una muestra delineada en la que se considera el aspecto generacional: X, Y e Z. **Resultados:** Los datos recolectados indican que los empleados de la organización están dispuestos a cooperar entre sí y a colaborar con el intercambio de informaciones intraorganizacional y, cuando proceda, piden ayuda e encuentran personas dispuestas a ayudar. **Conclusiones:** Se infiere que no existen diferencias significativas entre las generaciones en la disposición a compartir informaciones dentro del ambiente organizacional, encontrando una actitud positiva en la disposición a compartir.

Descriptores: Compartir. Generaciones. Información. Organización.

Recebido em: 22.02.2022

Aceito em: 14.12.2023